أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية

إعداد الطالب

بسمان محمود عمير

المشرف

الدكتور موفق محمد حامد دندن

أستاذ مشارك

قدمت هذه الرسالة استكمالا" لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص إدارة الأعمال

كلية الدراسات العليا في جامعة البلقاء التطبيقية

السلط– الأردن

2015\7\15

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ: 15\7\2015 م

أعضاء لجنة المناقشة	**التوقيع**
الدكتور /موفق محمد دندن، رئيساً أستاذ مشارك، اقتصاد اداري	....
الدكتور/ باسم محمد اللوزي، عضواً استاذ دكتور، اقتصاد مالي	....
الدكتور/ مشهورهذلول المحارمة، عضواً أستاذ مساعد، إدارة الأعمال / نظم معلومات إدارية	....
الدكتور / مرزوق عايد القعيد، عضواً (ممتحن خارجي) استاذ مشارك، إدارة وتسويق، جامعة العلوم الاسلامية	....

تعهد وإقرار

أنا الطالب / **بسمان محمود عمير** الموقع أدناه، أقر بأن جميع المعلومات الواردة في رسالة الماجستير بعنوان " **أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع الاتصالات الأردنية**" وبإشراف "الدكتور موفق محمد دندن" من إنتاجي الشخصي من خلال دراستي في جامعة البلقاء التطبيقية، وأتحمل كافة المسؤولية المترتبة على ذلك في حال ثبوت عكس ذلك، كما وأفوض الجامعة حق تصوير الرسالة كلياً أو جزئياً، وذلك لغايات البحث العلمي والتبادل مع المؤسسات التعليمية والبحثية والجامعات.

الاسم: بسمان محمود عمير

التوقيع:

الإهــــــــــداء

أهدي ثمرة جهدي،،،،،،،

إلى والدي العزيز قدوتي الدكتور / محمود عمير أدامه الله، وأطال عمره .

إلى والدتي ..... حفظها الله.

إلى أخي و رفيقي الدكتور/ صفوان عمير

إلى أخي و صديقي الدكتور/ زياد ارميلي

إلى أخواتي الأعزاء

إلى كل من ساندني وشجعني في مواصلة دراستي العليا.

إلى الأصدقاء وكل من قدم لي العون والمساعدة في إنجاز هذه الرسالة.

شكـــــــــر وتقديـــــــر

أحمد الله تعالى وأشكره على ما أنعم به عليّ من فضل وتوفيق على إتمام هذا الجهد العلمي المتواضع، ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير للدكتور / موفق محمد حامد دندن الذي تكرّم مشكوراً بقبول الإشراف على هذه الرسالة وتقديم النصح والإرشاد لي طيلة فترة إعدادها.

ويسرني أن أتقدم لكافة الأساتذة الكرام أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة البلقاء التطبيقية بعظيم الامتنان والعرفان، وأقدم خالص شكري وتقديري للأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة، فلهم جميعاً كل الشكر والتقدير على تفضلهم بقراءة ومناقشة هذه الرسالة وإبداء ملاحظاتهم القيّمة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى إدارة هذا الصرح العلمي الكبير، جامعة البلقاء التطبيقية ممثلة برئيسها ونوابه الأفاضل على جهودهم الطيبة واخص بالذكر الإدارية الناجحة (رئيس شعبة المتابعة والتنسيق للدراسات العليا) السيدة / ربى خالد حجازي على جهودها ونصائحها .

الباحث

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

الملخص

أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية

إعداد الطالب

بسمان محمود عمير

المشرف

الدكتور/ موفق محمد حامد دندن

أستاذ مشارك

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الرقابة الالكترونية بمفهوما الحديث ومحاورها المختلفه في الحصول على الميزه التنافسية، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في الأردن، وهي (شركة زين، أورانج وأمنية)، أما وحدة المعاينة والتحليل للدراسة التي تم الاعتماد عليها في تعبئة الاستبانات فتكونت من عينه من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في هذه الشركات ، تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار العينة من مجتمع الدراسة و صممت استبانه بهدف جمع المعلومات من عينة الدراسة حيث وزعت

(260) استبانه، استرجع منها (189) استبانه، تم استبعاد منها(5) استبانه بسبب عدم اكتمال إجابة المبحوثين عليها، وبالتالي بلغت الاستبيانات الخاضعة للتحليل (184) استبانه. وقد تم إجراء المعالج الإحصائية التي تتناسب مع أغراض وأهداف هذه الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها:

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية.

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية.

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية.

– عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية.

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية.

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية.

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، قدم الباحث عدد من التوصيات أهمها: التركيز على التدريب المتخصص للعاملين في مجال الرقابة الإلكترونية وتنظيم دورات تدريبية وبأساليب حديثة للمديرين والمراقبين ورؤساء الأقسام العاملين في الشركة الذين يتولون مهمة الرقابة الإلكترونية مع الاستمرار بمتابعة مدى تحقيق هذه الدورات لأهدافها.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

1-2 مشكلة الدراسة

1-3 أهداف الدراسة

1-4 أهمية الدراسة

1-5 أنموذج الدراسة

1-6 فرضيات الدراسة واسئلتها

1-7 التعريفات الإجرائية

1-8 حدود الدراسة

1-9 الدراسات السابقة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

تعتبر الرقابة الوظيفة الرابعة بين الوظائف الإدارية الرئيسية وهي تقع في نهاية مراحل النشاط الإداري، وتنطوي هذه الوظيفة على قياس نتائج أعمال المرؤوسين لمعرفة أماكن الانحرافات وتصحيح أخطائهم بغرض التأكد من أن الخطط المرسومة قد نفذت وأن الأهداف الموضوعة قد حققت على أكمل وجه، ويتضح من ذلك بأن للرقابة علاقة وثيقة بنتائج العاملين في المشروع. كما أن لها صلة قوية بوظيفة التخطيط، فلو تمكنت الإدارة من القيام بعمليات التخطيط والتنظيم والقيادة على أحسن وجه فإنها دون شك لا تزال تفتقر إلى وظيفة للتعرف على مدى نجاحها في تحقيق الأهداف المنشودة وهي وظيفة الرقابة (Parker, 2011, p: 18).

لم تعد الرقابة في السنوات الأخيرة وبصفة خاصة في الدول المتقدمة قاصرة على أداء دورها المالي الذي يتمثل في كونها مجرد أداة للتحقق من مدى سلامة التصرفات المالية التي تقوم بها الوحدات والأجهزة الحكومية المختلفة، والتأكد من مدى شرعية هذه التصرفات ومدى مطابقتها للقوانين واللوائح المنظمة لها للكشف عن أي مخالفات مالية تمت، بل امتداد دور الرقابة ليغطي جوانب فحص وتقييم عناصر الكفاءة والفاعلية لمختلف الأنشطة التي تمارسها هذه الوحدات والأجهزة، وأصبح هذا الاتجاه أمرًا حتميًا وهامًا وضروريًا ولا يقل أهمية عن فحص النواحي المالية إن لم يزيد، ويرجع السبب في ذلك إلى أننا يجب أن ننظر إلى النتائج النهائية التي تحققت من وراء إنفاق الأعتمادات المالية المختلفة بنفس الدرجة التي ننظر بها فحص مدى سلامة وقانونية

عملية إنفاق هذه الاعتمادات، ولو أن أجهزة الرقابة والمراجعة في الدول النامية تأخذ في اعتبارها تقييم عناصر الاقتصاد والكفاءة والفاعلية إلى جانب النواحي المالية، لأصبحت عملية الرقابة والمراجعة ذات مدلول وفائدة كبيرة في مجال تحقيق أهداف الرقابة الشاملة " المالية والإدارية " على السواء وفي مجال تطوير تقييم أداء الأنشطة والبرامج التي تتولاها الأجهزة والوحدات الإدارية الحكومية على مستوى الدولة (حماد، 2004، ص16).

تبين للباحث مما سبق عدم محدودية دور ومفهوم الرقابة واقتصاره على تغطية جوانب محددة ومجالات معينة دون غيرها، فقد أدى التطور العلمي الحديث إلى توسيع وتعميق مفاهيم الرقابة وأدواتها المختلفة، فلم يعد الهدف من الرقابة التأكد من أن النتائج تعبر عن أو تتفق مع الخطط الموضوعة فحسب، بل أصبح الهدف من الرقابة أوسع وأعم وأشمل من ذلك بكثير بحيث يغطي مفهومها الحديث العديد من النواحي والمجالات.

لذا فانه أصبح من المهم أن تقوم الأجهزة الرقابية بتنفيذ مهامها من خلال تسخير التكنولوجيا المتقدمة والمتاحة كاداه رقابية متقدمه تساعد على معرفه ومتابعة سير العمل لحظة بلحظه، بل وأصبحت الحواسيب العملاقة توفر تقارير وأشكال بيانيه بشكل اتوماتيكي وتستطيع أن تقوم بإظهار المعيب من النتائج بمجرد تزويد تلك الحواسيب بالحد الأدنى المطلوب من النتائج.

1-2 مشكلة الدراسة واسئلتها

بالرغم من أهمية الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، إلا أن هذا الجانب لم يأخذ الاهتمام الكافي من قبل شركات الاتصالات الأردنية، والذي لو تم استخدامه وتطوير جوانبه المختلفة سيؤدي إلى زيادة قدرة هذه الشركات على المنافسة من خلال خفض الكلف وتحسين الجودة، وتقديم سلع وخدمات مميزة عن غيرها من الشركات الأخرى.

ومن هنا تظهر مشكلة الدراسة في إغفال شركات الاتصالات لهذا الجانب الفعال، لذا أتت هذه الدراسة لدراسة أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية كدراسة ميدانيه مطبقه على قطاع الاتصالات الأردني. و يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

1- هل تدرك شركات الاتصالات الأردنية أهمية الرقابة الإلكترونية وما مستوى تطبيقها؟

2- ما مستوى تحقيق شركات الاتصالات الأردنية المبحوثة للميزة التنافسية؟

3- ما أثر الرقابة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية؟

4- ما مدى إدراك شركات الاتصالات أهمية الرقابة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية؟

1-3 أهداف الدراسة

ياتي هدف هذه الدراسه باقسامها المختلفه الى التعرف على أثر الرقابة الالكترونية بمفهوما الحديث ومحاورها المختلفه في الحصول على الميزه التنافسية وذلك من خلال تحقيق الاهداف الاتية:

1- التعرف على مدى تطبيق شركات الاتصالات بالأردن لمفهوم الرقابة الإلكترونية.

2- التعرف على مدى ادراك شركات الاتصالات اهمية الرقابة الإلكترونية.

3- التعرف على مستوى تقييم العاملين في شركات الاتصالات في الأردن للرقابه الإلكترونية المطبقه في الشركات العاملين بها ؟

4- التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية وتقييم العاملين لها ودورها في رفع جودة الخدمات والتي لها الدور الرئيسي في تحقيق الميزه التنافسية.

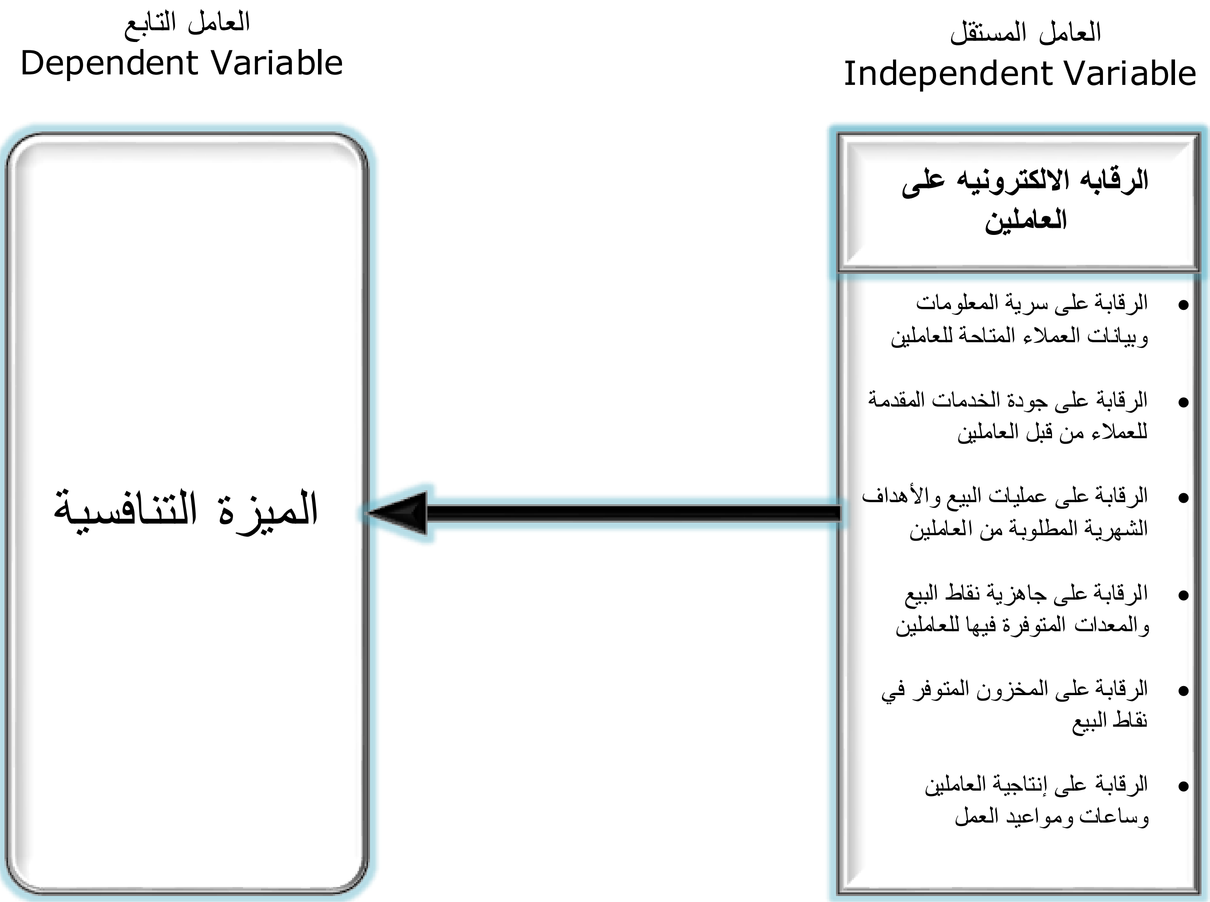
5- تقديم توصيات لشركات الاتصالات في السوق الأردني بناء على نتائج الدراسة.

1-4 أهمية الدراسة

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى التي تبحث العلاقة بين واحده من أهم وظائف الإدارة وهي الرقابة المتجسدة بشكلها الحديث في الرقابة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الميزة التنافسية بأبعادها وهي : الكلفة، الجودة، الإبداع ، سرعة الاستجابة والوقت اللازم للخدمة التي يسعى إلى تحقيقها كل القائمين على شركات الاتصالات الأردنية.

بالإضافة إلى مساهمتها المتوقعة في الوصول لنتائج ذات دلالة عن مستوى الرقابة الإلكترونية في هذه الشركات على مختلف المستويات الإدارية، وبالتالي مساعدة صانعي القرار في شركات الاتصالات الأردنية في التعامل مع هذا الموضوع. كما يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة من الناحية العملية في تطوير ممارسات الرقابة الإلكترونية شركات الاتصالات الأردنية التي يمكن لها الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

5-1 أنموذج الدراسة



الشكل (1 -1)

أنموذج الدراسة

المصدر: إعداد الباحث بناءً على الدراسات السابقة الآتية:

دراسة الشيشاني (2004)، دراسة الهزايمة (2011)، دراسة الكساسبة، (2011)

6-1 فرضيات الدراسة

تمت صياغة الفرضيات بطريقة النفي للإجابة عن أسئلة الدراسة كالآتي:

تستند الدراسة على الفرضية الرئيسة التالية:

لا يوجد أثر للرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية. وينبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

الفرضية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

الفرضية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

الفرضية السادسة: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

1-7 التعريفات الإجرائية

لأغراض هذه الدراسة فقد تم تحديد التعريفات الإجرائية وكما يراها الباحث لجميع المتغيرات المستقلة والتابعة والمستخدمة فيها.

الرقابة الإلكترونية: يتفق الباحث مع نجم في تعريفة للرقابة الالكترونية بأنها مجموعة من الوسائل والأساليب والإجراءات التي تقوم المنظمات بإتباعها لقياس مستويات أداء العاملين في الإدارات التابعة لها لمعرفة النتائج المتحققة ومقارنتها بالمعايير الموضوعة سلفا مع دراسة أسباب انحراف الأداء عن المعايير المحددة مسبقا. وتم قياسها من خلال المتغيرات الآتية: (نجم، 2004، ص125)

الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين: هناك العديد من التعاريف لهذا الإجراء ولكن الباحث يتفق مع التعريف الأشمل لـــ Mendes والذي ينص بأنها هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات على تخزين ومعالجة بيانات العميل بمعايير أمان معقولة بضمان أمان وسرية بياناته (Mendes et al., 2004, p: 23).

الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين: هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات المتطورة للرقابة على الخدمات المقدمة للعملاء ومتابعتها باستمرار لضمان سير العمل المقدم للعملاء (عبد الرزاق، 2012، ص70).

الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين: هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات بهدف التأكد من رفع التقارير الدورية بشأن أداء المبيعات والتنسيق المستمر مع الموظفين المعنيين في المستودعات ومشرفين المبيعات حول تحميل أصناف الشركة المراد بيعها في الأسواق (السلمي، 2011، ص323).

الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين: هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات بهدف التنسيق مع العملاء ونقاط البيع والمعدات حول حل أي شكاوي لضمان رضا العملاء (ياسين، 2005، ص22).

الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع: هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات بهدف التنسيق مع إدارة المشتريات حول أي تحديثات تتعلق بالأنشطة المتعلقة بعمليات خزن أصناف الشركة وتحديد كمياته المخزون في فروع الشركة ونقاط البيع التابعة لها (نجم، 2004، ص125).

الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل: هي تلك الرقابة التي تمارسها الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات لربط الوحدات الإنتاجية مع بعضها البعض(Semiu etal, 2014, P: 94).

الميزة التنافسية: هي المصدر الذي يعزز وضع الشركة التنافسي في السوق، في كونها تمتلك أمراً ما يجعلها في وضع جاذب للعملاء أكثر من مثيلاتها، بما تمتلكه من موارد وكفاءات ويصعب على المنافسين تقليدها. وفي ضوء ما تملكه من موارد تمكنها من التوسع في أعمالها، وزيادة أرباحها. ذلك أن الميزة تحدث عبر فترة زمنية كافية لتعزيز وتثبيت وضع الشركة التنافسي في السوق (الهزايمة، 2011، ص17). وتم قياسها من خلال المؤشرات الآتية:

الجودة: هي السمات والخصائص الكلية للخدمة الذي تتطابق قدرتها على تلبية حاجات العملاء وتوقعاتهم، وهذا يتطلب إجراء التحسينات المستمرة على جودة العمل ومخرجاته وبكل أبعاده (Karahasanovic & Lonn, 2007, p: 2).

الكلفة: هي العمل على خفض التكاليف التي تتكبدها الشركة إلى أقل درجة ممكنة، وتشمل تكاليف الخدمات الإدارية والتشغيلية والمالية وغيرها والتي تنعكس على ربحية الشركة (العزاوي، 2005، ص24).

الإبداع: أفكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة ومتصلة أو إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، ويتم من خلاله التوصل إلى حل امثل لمشكلة ما، أو إلى فكرة جديدة وتطبيقها، وهو يرتبط بالتكنولوجيا ويؤثر في المؤسسات (الهزايمة، 2011، ص17).

سرعة الاستجابة: مجموعة من القرارات تؤدي إلى وضع الأهداف والبرامج والسياسات التنافسية التي تسعى الشركة إلى تحقيقها. وتشمل تقليل وقت تصميم مراحل تقديم الخدمة، وتقليل الوقت اللازم للرقابة على الأداء، تقليل الوقت اللازم لإيصال الخدمات للعملاء من خلال تبادل البيانات والمعلومات الكترونياً (Krajewski, and Ritzman, 2013, p:27).

الوقت اللازم للخدمة: وتشمل الوقت اللازم للوصول إلى الموظف المعني بتقديم الخدمة، والوقت الذي يستغرقه الموظف لإنجاز المعاملة ويوفره للاستفسار والاستيضاح، كذلك تشمل الوقت الذي يحدده الموظف للمراجعة (Slack, et .al, 2004, p: 64).

8-1 الدراسات السابقة

فيما يلي استعراض لبعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية:

1-8-1 الدراسات باللغة العربية

دراسة الشيشاني (2004) بعنوان: "أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم".

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في زيادة القدرة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية، وذلك من خلال التعرف إلى دور تكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في تسهيل وتطوير أداء شركات الاتصالات، وبما يمكنها من تقديم خدماتها ومنتجاتها بأسعار منافسة وجودة عالية، واستخدم الباحث استبانه خطية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة، واكتساب المنظمة لميزة تنافسية.

2- أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يسهم في تحسين أداء الموظفين في الشركة، ويرفع من إنتاجيتهم، وأنها تسهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء. كما تسهم تكنولوجيا شبكات الحاسوب في زيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للشركة وفروعها الخارجية المنتشرة، وأهمية ذلك في تحسين أداء الشركة.

دراسة (السكارنة، 2005) بعنوان:" استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن".

هدفت الدراسة إلى تطوير استراتيجيات للريادة تسهم في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن وتطوير نموذج من أجل اختبار العلاقة بين استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية. وأُجريت الدراسة في الأردن على شركات الاتصالات وعددها أربع شركات تعمل في مجال الاتصالات، وأخذت عينة عشوائية مكونة من 140 من مديري الإدارات في شركات الاتصالات وتم استرداد 109 استبانات منها. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات، وكذلك وجود علاقة بين تطبيق استراتيجيات الريادة وتحسين الأداء لشركات الاتصالات.

دراسة أبو جارور (2009). بعنوان: "أثر العوامل الداخلية والخارجية على تطبيق الأعمال الإلكترونية لتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير العوامل الداخلية، والخارجية، والمساندة لتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنية الصغيرة والمتوسطة الحجم. وقد اعتمد الباحث على الاستبانة في جمع البيانات الخاصة لهذه الدراسة حيث خلصت النتائج إلى ما يلي:

1- أن رغبة المنظمات في ممارسة الأعمال الإلكترونية منخفضة، وأن هذه المنظمات لا تضع ممارسة الأعمال الإلكترونية كواحدة من أهدافها.

2- هناك علاقات قوية التأثير لتوافر العوامل الداخلية والخارجية والمساندة على تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة الحجم.

3- أن العوامل المساندة المتمثلة في خبرة المنظمة، وتوافر كادر متخصص للتكنولوجيا، والموجودات التكنولوجية، وقواعد المعلومات والأنظمة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمات.

دراسة القضاة، (2010). بعنوان: "اثر نظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الرقابة الداخلية في البنوك التجارية الأردنية: دراسة ميدانية".

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر نظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الرقابة الداخلية في البنوك التجارية الأردنية، وقد أعتمد الباحث في جمع البيانات على استبانه، إذ تم توزيعها على مجتمع الدراسة المتمثل في الأفراد العاملين في دائرة الرقابة الداخلية في البنوك التجارية الأردنية، وذلك من خلال الإحصاء الوصفي كالمتوسطات والانحرافات المعيارية واختبار (T). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

1- تؤثر نظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الرقابة المحاسبية في البنوك الأردنية، حيث تعمل على توفير معلومات دقيقة، وكاملة، وقابلة للمقارنة، وإعداد تقارير متابعة دورية وبسرعة عالية عن جميع العمليات والأعمال المصرفية المختلفة التي يقوم بها البنك، وكذلك حماية أصوله.

2- هناك أثر إيجابي لنظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الرقابة الإدارية في البنوك الأردنية حيث تعمل على إنتاج معلومات تساعد في اتخاذ القرارات الإدارية، التشغيلية، والإستراتيجية.

3- أن هناك أثر إيجابي لنظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الضبط الداخلي في البنوك التجارية الأردنية من خلال توفير المعلومات عن جميع وسائل التنسيق والإجراءات الهادفة إلى الكشف المبكر للغش، والاختلاسات، ومراقبة عملية التطوير المستمر في أداء العمل.

دراسة الهزايمة (2011) بعنوان: "أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة، شمل مجتمع الدراسة جميع الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، والبالغ عددها (255) شركة، أما عينة الدراسة فتكونت من (188) مديراً يعملون في الشركات المشمولة بالدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود اثر لتبني وامتلاك تكنولوجيا معلومات ذات مرتكزات تكنولوجية متقدمة (العناصر المادية، العناصر البرمجية، قواعد البيانات المشتركة، فرق الدعم الفني والتقني، شبكات الاتصال، كفاءة النظم، مهارة استخدام النظم، وتكاملية النظام) على تحسين الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، جودة العمليات والمخرجات، التوقيت، الابتكار والتجديد) في الشركات المساهمة العامة. وقد أوصت الدراسة بالعمل على تبني وتطبيق تكنولوجيا معلومات ذات مرتكزات تكنولوجية متقدمة لأثرها الواضح على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة، وذلك من خلال توفير أجهزة الحاسوب ذات المرتكزات التكنولوجية المتقدمة، والمعدات الملحقة بها في جميع أقسام الشركة، لمعالجة البيانات وإعداد التقارير، وتخزين البيانات والمعلومات، كونها تعتبر جزءا أساسيا في إنجاز عمليات الشركة الخارجية والداخلية ولأهميتها في تحسين الميزة التنافسية.

دراسة الكساسبة، (2011) بعنوان: "أثر الرقابة الإلكترونية في جودة الخدمات الداخلية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية بأبعادها (الرقابة على المدخلات، الرقابة على التشغيل، الرقابة على شبكة الانترنت، الرقابة على امن البيانات والملفات) في جودة

الخدمات الداخلية بمؤشراتها (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، المهنية)، وقد شمل مجتمع الدراسة المصارف الإسلامية العاملة في الأردن، أما عينة الدراسة فتكونت من (149) مستجيباً من العاملين في المكاتب الأمامية ودوائر الرقابة الداخلية في المصارف المشمولة بالدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1-وجود اثر ذو دلالة إحصائية للرقابة الإلكترونية بأبعادها مجتمعة في جودة الخدمات الداخلية المصارف الإسلامية العاملة في الأردن.

2-تبين أن مستوى تقييم العاملين في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن للرقابة الإلكترونية كان مرتفعا.

3-تبين أن مستوى تقييم العاملين في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن الخدمات الداخلية لجودة كان مرتفعا.

وقد أوصت الدراسة بضرورة وضع برامج لتأهيل وتدريب العاملين في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن وبما يمكنهم من التعامل مع التقنيات الحديثة وتطبيق الرقابة الإلكترونية.

دراسة أبو عاشور، والنمري(2011) بعنوان:" مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في جامعة اليرموك، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية في الجامعة وعددهم (2410) منهم (683) عضو هيئة تدريس، و (1727) إداري للعام الدراسي 2010 ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانه لهذا الغرض مكونه من (55) فقرة موزعه على أربع مجالات، وبعد تطبيق الأداة على أفراد العينة أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في

جامعة اليرموك من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية كان بدرجة مرتفعة، وجاء مجال التنفيذ الالكتروني في المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة، تلاه مجال التنظيم الالكتروني ، وبدرجة مرتفعة، في حين جاء مجال الرقابة والتقويم الالكتروني في المرتبة الثالثة وبدرجة متوسطة، وجاء مجال الرقابة والتقويم الالكتروني في المرتبة الأخيرة، وبدرجة متوسطة، كما أظهرت النتائج أن مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الإداريين كانت بدرجة متوسطة، وجاء مجال التنفيذ الالكتروني في المرتبة الأولى، وبدرجة مرتفعه تلاه مجال التنظيم الالكتروني، وبدرجة مرتفعة، وجاء مجال التقويم الالكتروني في المرتبة الثالثة وبدرجة متوسطة، في حين جاء مجال التخطيط الالكتروني في المرتبة الأخيرة، وبدرجة متوسط ة .وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق في وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية حول مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية تعزى لاختلاف متغيرات الدراسة؛ الرتبة الأكاديمية أو الجنس أو الكلية على الأداة ككل، وفي جميع المجالات، وبينت النتائج عدم وجود فروق في وجهة نظر الإداريين حول مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية تعزى لاختلاف متغير الجنس على الأداة ككل، وفي جميع المجالات، ووجود فروق تعزى لاختلاف متغير المؤهل العلمي بين حملة مؤهل الدبلوم فما دون وحملة مؤهل البكالوريوس والدراسات العليا لصالح حملة البكالوريوس والدراسات العليا في مجالي التخطيط الالكتروني والرقابة والتقويم الالكتروني وفي الأداة ككل، ووجود فروق بين حملة مؤهل الدبلوم فما دون وحملة مؤهل الدراسات العليا لصالح حملة الدراسات العليا في مجال التنفيذ الالكتروني.

دراسة عبيدات، (2014)، بعنوان: "أثر الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الأردنية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج البحث الوصفي التحليلي الملائم لأغراض البحث، تكون مجتمع الدراسة من العملاء الذين يستخدمون الخدمات المالية الإلكترونية التابعة للبنوك التجارية الأردنية في العاصمة عمان خلال العام الحالي 2013 والبالغ عددها (13) مصرف، تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لإختيار العينة من مجتمع الدراسة و صممت استبانه بهدف جمع المعلومات من عينة الدراسة حيث وزعت (455) استبانه، استرجع منها (363) استبانه، استبعاد منها(13) استبانه بسبب عدم اكتمال إجابة المبحوثين عليها، وبالتالي بلغت الاستبيانات الخاضعة للتحليل (350) استبانه. وقد تم إجراء المعالجات الإحصائية التي تتناسب مع أغراض وأهداف هذه الدراسة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المالية الإلكترونية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، كما و أظهرت النتائج أن خدمة الصيرفة عبر شبكة الإنترنت هي الخدمة ذات الأثر الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، وكانت خدمة الصراف الآلي هي الأقل تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية. وعليه فقد أوصت الباحثة إدارات المصارف التركيز على خدمة الصيرفة عبر الهاتف النقال، كون نتائج الدراسة أكدت على أن هذه الخدمة تزداد أهميتها كلما زاد انتشار الهواتف الذكية، وأوصت إدارات بنوك عينة الدراسة بتطوير برنامج لنشر الوعي التكنولوجي بين العملاء الحاليين والمتوقعين.

1-8-2 الدراسات باللغة الانجليزية

دراسة (David etal, 2006) بعنوان:

"Adding Significant Value with Controls"

هدفت الدراسة إلى التعرف على القيمة المضافة الهامة لأنظمة الرقابة، وقد اعتمدت الدراسةُ على مراجعة وتحليل الأدبيات المتعلقة بالموضوع، ودراسة حالة لأربع منظمات بريطانية من القطاعين العام والخاص طبّقت عمليةَ التوافق، حيث تمَّ جمعُ البيانات من خلال المقابلات المعمّقة مع مديري الإدارات العليا في هذه المنظمات. وبينت الدراسة أن النجاح لا يعتمد فقط على مكونات الإطار الفعال للرقابة، لكنه هناك العديد العوامل المختلفة، تتسق عبر الصناعة والأحجام المتنوعة من المنشآت، تكون مسئولة عن نجاح الشركات في الصناعة ومن أهمها:

1- تغير الإدارة: لتكون رائدة في السوق يجب على المنظمة أن تغير في مسئوليات أفراد المنظمة.

2- التحسين المستمر: البحث الدائم عن التقدم ورفع القيمة المضافة عما كانت عليه.

3- قيادة القيمة: التفكير على نحو خلاق ومستمر حول ما تم انجازه حتى الآن لرفع ميزة تنافسية.

4- ما بعد الالتزام: يجب على المنظمات التحرك إلى بعد الالتزام الأساسي والتركيز على نظام رقابة جيد يساعدها في قيادة أهداف العمل الإستراتيجية، تقليل الانحرافات، تخفيف الخطر، تصميم أفضل لتحسين معالجات الأعمال بشكل متكامل.

وقدمت الدراسةُ مجموعة من التوصيات من أبرزها: العمل على تطبيق نظام الموازنات التخطيطية كجزء من نظام الرقابة، الأمر الذي يمكن من تقييم الأداء وتحليل الانحرافات وتحديد المتسببين في هذه الانحرافات. والعمل على تجاوز التطبيق الخاطئ لهذا النظام من خلال مقارنة الأداء الفعلي للفترة الجارية بالنتائج الفعلية لفترة أو لعدة فترات سابقة دون أن تكون هناك مساءلة.

دراسة (Steven etal, 2006) بعنوان:

"Monitoring your Employees: How Much you Can do and what Should you do When you Uncover Wrong Doing"

هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أوجوه تضارب المصالح بين خصوصية الموظفين وصلاحيات القائمين على الأعمال بمراقبة الأداء الوظيفي للعاملين باستخدام وسائل الرقابة الإلكترونية، بالإضافة إلى أنها هدفت إلى التعرف على تأثير الرقابة على إنتاجيتهم ونوعية وجودة مخرجات العمل وتأتي هذه الدراسة ببعض النتائج أهمها: ضرورة وضع ضوابط وأسس على الرقابة الإلكترونية التي تساهم في احترام خصوصية العمل وتصرح للقائم على الأعمال الحق في الرقابة مثل تحديد وقت الرقابة بوقت العمل وعدم وجود أي أدوات رقابية أثناء وقت الراحة أو في أماكن الراحة واخذ موافقة الموظفين وإعلامهم عن الأدوات الرقابية المستخدمة في العملية الرقابية.

دراسة (Edwards et al, 2011) بعنوان:

"**Discussion of Information Technology، Related Activities of Internal Control**"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور نظام الرقابة الداخلية كأحد الأنظمة الفرعية المكونة للنظام الرقابي في التأكد من أثر العوامل التنظيمية في كفاءة وفعالية نظام الرقابة، واتّبعت الدراسةُ المنهجَ النوعيَ (دراسة حالة) لإحدى الشركات الكبرى العاملة في مدينة (Taichung) في تايوان، وقد تم جمعُ البيانات من خلال المقابلات مع (100) من العاملين في الشركة من مختلف المستويات الإدارية، وتوصل الباحثون إلى عدد من النتائج أهمها: أن نظم الرقابة الداخلية المستخدمة في هذه المصارف تسهم في إضافة قيمة جديدة للمنظمة وتساعد في تحقيق الأهداف بخطط الأعمال وتقارير الرقابة والأداء وبما تتضمنه من توصيات لإصلاح الأخطاء وتطوير الأعمال. كما أشارت

نتائج الدراسة إلى تطور مفهوم الرقابة من مجرد اكتشاف الأخطاء وعمليات الغش والتلاعب إلى تطوير ضوابط ومعايير رقابية تتعلق بالجوانب التنظيمية والتطبيقات العملية لنظم المعلومات الإدارية. وقد أوصت الدراسةُ بالتأكيد على تنفيذ نظام الرقابة الداخلية كأحد الأنظمة الفرعية المكونة للنظام الرقابي ولعلاقتها المباشرة مع إدارة المنظمات.

دراسة (Window, 2012) بعنوان:

"**Beyond Control Techniques**"

هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه الرقابة في الأنشطة الرقابية والإشراف، وقد تكوّن مجتمعُ الدراسة من (500) منظمةً صناعيةً في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تمت دراسة المجتمع كاملا، بالاعتماد على الإستبانة والمقابلات المعمقة مع مسئولي الإدارة في الشركات المبحوثة. وأظهرت الدراسة أن أفضل الممارسات هي: التعرف على التغيرات التي طرأت على البيئة التي تعمل بها الشركة، وضرورة التنسيق مع الأطراف الأخرى في إدارة المخاطر وفهم الإجراءات والمتطلبات المتعلقة بنشاطات الشركة بشكل عام. واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع لبيانات في المنظمات المبحوثة، فضلاً عن المصادر الثانوية متمثلة بالوثائق والتقارير المالية. وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج من أهمها: وضع مقارنة حول كيفية تحويل اتجاهات الرقابة التقليدية إلى اتجاهات الرقابة الحديثة في ظل تكنولوجيا المعلومات. وتبين وجود أثر للرقابة الإدارية المتمثلة في المعايير وكيفية قياس الأداء الفعلي ومقارنة مع تلك الموضوعة لتصحيح الأخطاء والانحرافات، ووضعت الدراسة مجموعة من التوصيات من أهمها: ضرورة مواكبة المراقب الداخلي والرقابة الداخلية لمستجدات عملية الرقابة مع الأخذ بعين الاعتبار متطلبات الرقابة الداخلية.

دراسة (Baccasam, 2013) بعنوان:

"**Continuous Monitoring of Enterprise Application Risk**"

هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية المراقبة وضرورة تغيير طريقتها حسب التغيرات التي تطرأ على أعمال الشركات السياحية في نيوزيلندا وظروفها الاقتصادية. واتبع الباحث المنهج التحليلي للبيانات التي تم الحصول عليها من خلال الاستبانة التي تم تصميمها لغايات جمع المعلومات، وقد أجريت الدراسة على عينةٍ مكونة من (134) شركة، ومن أهم نتائج هذه الدراسة: إن إتباع أسلوب الإدارة بالاستثناء أفضل أسلوب إداري للرقابة على عمليات الشركات المعقدة. كما تبين أن الرقابة تصبح أكثر أهمية مع زيادة سرعة تطور الشركة وعملياتها وتصبح أكثر تكاملا. وقد أوصت الدراسة بتذليل المعوقات والصعوبات التي تواجه تطبيق نظام الرقابة وتوفير المتطلبات اللازمة لنجاحه، مع مراعاة طبيعة نشاط كل شركة عند البدء بتطوير نظام الرقابة، كذلك توضيح وشرح أهمية تطبيق هذا النظام للإدارات العليا في المؤسسة وخاصة من حيث عمليات التخطيط والرقابة وتقييم الأداء، وذلك كي تسعى في العمل على توفير متطلبات تطبيق هذا النظام فيها.

1-9 ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة

يمكن تلخيص ما يميز الدراسة الحالية عما جاءت به الدراسات السابقة المشار إليها وفق المجالات الموضحة كما يلي:

1- الموضوعات: ناقشت معظم الدراسات السابقة أو عرضت خصائص الرقابة الإدارية مع متغيرات تنظيمية محددة كتحسين أداء الموظفين وبيان القيمة المضافة الهامة لأنظمة الرقابة، وبعضها حاول إظهار أهمية المراقبة ودورها في حماية شركات الأعمال في الأزمات المالية، كما تناولت بعض الدراسات أساسيات ومفهوم وأهمية الرقابة وأساليبها من واقع أهداف وطرق تقييم الأداء الإداري، في حين حاولت الدراسة الحالية التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية.

2- أغراض الدراسة: هدفت معظم الدراسات السابقة إلى التعرف على الخصائص المميزة للمتغيرات التي اشتملت عليها، بينما سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على تأثير الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، لما لهذا النوع من الرقابة من أهمية على تحسين مستويات خدمات الاتصالات.

3- طبيعة مجتمع الدراسة: بالنسبة للمجتمع قامت غالبية الدراسات السابقة باختيار مؤسسة إدارية معينة لحالة دراسية أو المسح الممتد على فترة زمنية (عدد سنوات) ولمؤسسات رائدة، أما مجتمع الدراسة الحالية (قطاع الاتصالات الأردني) فهو يمثل مجموعة من الشركات التي تعتبر من القطاعات الاقتصادية المحلية الهامة.

4- بيئة الدراسة: أُجريت الدراسات السابقة المتعلقة بضغوط العمل أو ببعض أبعادها في بيئات غربية تتطور فيها المفاهيم الإدارية والأدوات المتعلقة بالرقابة الإلكترونية على العاملين والمعايير

بصورة متسارعة، في حين تم تنفيذ الدراسة الحالية في بيئة شرقية وعلى وجه التحديد في البيئة الأردنية، التي نما فيها قطاع الاتصالات بشكل ملحوظ خلال العقود الماضية.

5- **منهجية الدراسة:** معظم الدراسات السابقة اعتمدت المنهج الاستكشافي والوصفي للتعرف على خصائص المجتمع المبحوث أو تحديد هذه الخصائص من خلال استخدام أسلوب دراسة الحالة بشكل رئيس أو مجموعة من المؤسسات على مدى زمني طويل. أما الدراسة الحالية فهي دراسة وصفية ميدانية، استخدمت الاستبانة والمصادر الثانوية للمعلومات وتحليلها للتعرف على تأثير الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الفئات المشمولة بالدراسة.

6- الإضافة العلمية: تلقي الدراسة الضوء على مدى مواكبة شركات الاتصالات الأردنية –مجتمع الدراسة– للأنظمة والمفاهيم والنماذج الإدارية الحديثة وعلى وجه التحديد الرقابة الإلكترونية والميزة التنافسية كمؤشرات في هذا المجال. كذلك تتميز من كونها من الدراسات العربية القلائل –حسب علم الباحث– التي تبحث جانب الرقابة الإلكترونية على المنظمات بشكل عام والمنظمات العاملة في قطاع الاتصالات بشكل خاص.

الفصل الثاني

الإطـــــــار النظري

الفصل الثاني

الإطـــــــار النظري

2-1 المقدمة

تُعد الرقابة احد أهم مكونات العمليات الإدارية والتي تشمل أيضا التخطيط والتنظيم والاتصالات والتنسيق واتخاذ القرارات، وهي تشكل مع هذه العمليات سلسلة مترابطة ومتصلة لتحقيق النجاح الذي يعتمد على ضرورة إيجاد توافق وترابط بين هذه العناصر (حماد، 2004، ص22).

وينظر إلى الرقابة الإلكترونية على إنها عنصر أساسي من عناصر العملية الإدارية تؤدي وظيفتها ونشاطاتها الحيوية في المؤسسة من خلال الحاسوب، حيث تقوم بمتابعة مدى النجاح في تحقيق الأهداف التي وضعتها الإدارة العليا ومدى توافر الشرعية في تنفيذها، وكذلك التأكد من سلامة الأساليب والإجراءات المتبعة لتحقيق هذه الأهداف وبذلك فان الرقابة الإلكترونية تتصل بشكل رئيسي بعملية التخطيط (نجم، 2004، ص34).

وتعتبر الرقابة الإلكترونية نظام يحتوي على عناصر مكملة لبعضها البعض وهذا النظام يصبح عرضة للاختلال إذا فقد أحد عناصره وعندها يكون قليل الفائدة، كما أن هيكل نظام الرقابة الإلكترونية يختلف من مؤسسة إلى أخرى، ويعتمد ذلك على عوامل عديدة منها حجم المؤسسة وطبيعة نشاطها، وطريقة تخزين ومعالجة البيانات والمتطلبات التنظيمية والقانونية التي تحكم عمل المؤسسة (زياد، 2001، ص26).

تتمثل أهمية نظام الرقابة الإلكترونية للإدارة في انه أداة تُمكن من التأكد من حسن تنفيذ السياسات والخطط الموضوعة باستخدام الحاسوب، وبالتالي تحقيق الأهداف المتعلقة بتحسين مستويات أداء الموظفين، ولحماية أصول المؤسسة من التلاعب وسوء الاستخدام، حيث يتطلب من الإدارة تقييم هذا النظام لمعرفة نقاط الضعف والعمل على تصحيحها وعلاجها، وقد أضحت الرقابة الإلكترونية مجالا خصبا لأبحاث ودراسات العديد من المهتمين والدارسين، وذلك لأهميتها في الكشف عن مواطن الخلل والضعف في العمليات الإدارية، وكذلك الأشخاص القائمين على تنفيذ هذه العمليات، مما يساعد في تصحيح المسارات والانحرافات أثناء تنفيذ الخطط الموضوعة بكفاءة.

ويشير (أكرم، 2005، ص16) إلى أن الرقابة الإلكترونية تكون بمثابة أجهزة إنذار للتعرف على الأخطاء والانحرافات في أداء الموظفين، إذ تسعى هذه الرقابة لمنع ارتكاب الأخطاء أو إساءة استعمال الأموال العامة والموارد وحمايتها من الضياع والاختلاس، وكلمة رقابة تعني الإشراف والفحص والتفتيش والمراجعة والتحقق، ويمكن تعريفها بأنها (التحقق مما إذا كان كل شيء يسير وفقاً للخطة المرسومة والتعليمات الصادرة والقاعدة المقررة باستخدام الحاسوب)، أما موضوعها فهو تبيان نواحي الضعف أو الخطأ من أجل تقويمها ومنع تكرارها، وهي تعني أيضا وظيفة تقوم بها السلطة المختصة بقصد التحقق من أن العمل يسير وفقاً للأهداف المرسومة بكفاية وفي الوقت المحدد لها.

تساهم تكنولوجيا المعلومات في بناء المؤسسات وخدمة الزبائن والمنافسة في السوق الإعمال، وتساعد تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات وتحسين العملية الرقابية لدى منظمات الأعمال، وتعتبر من أهم الوسائل المستخدمة في منشآت الأعمال في تقديم خدماتها، وفي معالجة

البيانات والأحداث الاقتصادية، وقد أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أنظمة الرقابة في منشات الأعمال، والأمر الذي ترتب عليه إلزامية دخول تكنولوجيا المعلومات في أداء أعمال الرقابة، وظهر ما يسمى الرقابة الإلكترونية وظهور المعايير المهنية التي ترشد وتوجه وتنظم طرق التعامل مع هذه الأنظمة عند تطبيق الرقابة في بيئة تكنولوجيا المعلومات، وحيث تساعد عملية الرقابة باستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين كفاءة وفاعلية عملية الرقابة، وانجاز مهام الرقابة بأقل وقت وبكلفة واقل الأمر الذي يسهم في تحسين جودة الخدمات، وزيادة ربحية الشركة وحصتها السوقية (الخصاونه، 2013، ص2).

2-2 مفهوم الرقابة الإلكترونية

لقد مر تعريف الرقابة بتطورات عديدة خلال القرن العشرين، فبعد أن كانت الرقابة مقتصرة بشكل رئيس على حماية الأصول النقدية من السرقة والضياع، أصبحت تشمل الوسائل الكفيلة بضمان دقة البيانات المالية وصحتها، وتتضمن في مضمونها الشامل جميع أشكال الرقابة داخل المؤسسات، ويشمل ذلك الرقابة المالية والإدارية والضبط الداخلي (Mendes et al., 2004, p: 24).

وقد ساعد مفهوم الرقابة الإلكترونية في استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كالهاتف والفاكس والتلفاز والأقمار الصناعية وغيرها، من خلال تكنولوجيا واحدة هي شبكة الإنترنت. حيث إن فكرة الرقابة الإلكترونية تتعدى بكثير مفهوم الميكنة الخاصة بإدارات العمل داخل المنظمة، إلى مفهوم تكامل البيانات والمعلومات بين الإدارات المختلفة والمتعددة واستخدام تلك البيانات والمعلومات في توجيه سياسة وإجراءات عمل المنظمة نحو تحقيق أهدافها وتوفير المرونة اللازمة للاستجابة للمتغيرات المتلاحقة سواء الداخلية أو الخارجية، وتعتمد الرقابة

الإلكترونية على تطوير البنية المعلوماتية داخل المنظمة بصورة تحقق تكامل الرؤية ومن ثم أداء الأعمال. (عبد الرزاق، 2012، ص74).

وهناك من يرى أن مفهوم الرقابة الإلكترونية هو تحول الرقابة من رقابة عادية إلى رقابة الكترونية والانتقال من العمل الرقابي التقليدي إلى تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات في البناء التنظيمي واستخدام التقنية الحديثة بما فيها شبكات الحاسب الآلي لربط العملية الرقابية على الوحدات التنظيمية مع بعضها لتسهيل الحصول على البيانات والمعلومات لاتخاذ القرارات المناسبة وانجاز الأعمال وتقديم الخدمات للمستفيدين بكفاءة وبأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن. كما أن الرقابة الرقمية بالحاسوب والتصميم بمساعدة الحاسوب والتصنيع المتكامل بالحاسوب والمستودع المؤتمت وتطبيقات الذكاء الصناعي في الإنتاج والخدمات، كلها نماذج لإحلال الآلة والأنظمة الآلية والحاسوبية في الإدارة في محل العاملين في الأنشطة التشغيلية وكذلك محل المديرين في التوجيهات والتعليمات الآلية استناداً إلى برمجة مسبقة (نجم، 2004، ص125).

كما يشير مفهوم الرقابة الإلكترونية إلى جميع الأنشطة والجهود التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والتي تمارسها منظمة الأعمال وتنفذها عبر الشبكة الإلكترونية، ويشمل ذلك النظم والأدوات والوسائل الإدارية الحديثة اللازمة لتخطيط ورقابة وتنفيذ أنشطة الأعمال المختلفة وكذلك تتضمن عمليات الإشراف والمراقبة من السلطة الأعلى في المنظمة بقصد التعرف على الكيفية التي تسير عليها الأعمال وذلك من اجل التأكد من أن استخدام الموارد يتم وفقا للخطة المحددة مسبقا (Mendes et al., 2004, p: 23).

وتشمل الرقابة الإلكترونية الخطط التنظيمية وأساليب التنسيق وكذلك المقاييس المتبعة في الشركة، وذلك بهدف حماية أصولها المختلفة، والتأكد من دقة البيانات المالية والمحاسبية وبيان

مدى الاعتماد عليها وبشكل ينعكس على زيادة الكفاية الإنتاجية وتشجيع العاملين على التمسك بالسياسات الإدارية المحددة (عبد الرزاق، 2012، ص70).

وقد عُرّفت الرقابة الإلكترونية على أنها "منهجية إدارية جديدة تقوم على الاستيعاب والاستخدام الواعي لتقنيات المعلومات والاتصالات في ممارسة هذه الوظيفة الأساسية للإدارة في منظمات عصر العولمة والتغيير المستمر" (السلمي، 2011، ص323).

ويشير مفهوم الرقابة الإلكترونية إلى العملية الإدارية القائمة على الإمكانات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في قياس مستويات الأداء والعمل على تصحيحه من اجل التأكد من تحقيق الأهداف المحددة وان الخطط قد وضعت موضع التنفيذ وبالاتجاه الصحيح من أجل تحقيق أهداف المنظمة من خلال منظومة الأعمال والأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونياً وعبر الشبكات (ياسين، 2005، ص22).

وتمثل الرقابة إلكترونياً أسلوباً يعتمد على استخدام التقنيات والتطور في تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية لإعادة معالجة البيانات المتعلقة بالرقابة للتأكد من أن الأعمال قد تم إدخالها ومعالجتها والتقرير عنها بشكل صحيح، كذلك قياس أداء الأعمال التي يؤديها المرؤوسين وبعد ذلك القيام بتصحيح الانحرافات واكتشاف الأخطاء من اجل ضمان تحقيق الأهداف (Semiu etal, 2014, P: 94).

وتعد الرقابة الإلكترونية وسيلة مهمة تستخدمها الإدارة العليا لتحديد مدى تحقيق أهداف المنظمة وفي الوقت المحدد لها، كذلك رقابة إمكانية التطور ويمثل هذا فحص كل من النظم والأساليب والتقنيات الفنية والإدارية المطبقة من قبل المشروع. ولممارسة الرقابة الإلكترونية لا بد من توفر مجموعة من المقومات في منظمات الأعمال، وهذه المقومات تتمثل في الشبكة العالمية

للمعلومات (الإنترنت)، التي تعد أكبر مستودع للمعلومات، تفتح أبواباً بلا حدود للانطلاق إلى العالم باستخدام شبكة الأعمال وتكنولوجيا الاتصالات (Jones, 2004, P: 61).

ويرى الباحث أن الرقابة الإلكترونية هي أسلوب متكامل لأتمتة الأعمال الرقابية لغايات تدفق العمليات الإدارية الكترونيا وتوثيقها وفق تطبيقات الكترونية ممنهجة، وتعني القدرة على استخدام الحاسوب للتأكد من صحة أداء الأعمال والأنشطة المختلفة من قبل المرؤوسين، وفقا للخطط والبرامج المحددة مسبقا، بما يكفل تحقيق أهداف المنظمة بأعلى كفاءة اقتصادية ممكنة، ومن ثم تحديد الانحرافات عن الخطط الموضوعة، للتمكن من اتخاذ الإجراءات العلاجية والتصحيحية بما يمنع وقوعها مستقبلا.

2-3 أهمية الرقابة الإلكترونية

تأتي أهمية الرقابة الإلكترونية كنتيجة للتطورات التي حدثت في العالم، والتي تتسم اغلبها بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات أو قدرتها على الارتباط بهذه الأعمال التي من المتوقع أن تصبح الوسيلة المشتركة بين القطاعات كافة الصناعية والخدمية والاجتماعية والحكومية، وتقدم الأعمال الإلكترونية الدعم للإنسان في كثير من القطاعات، من خلال الدعم للمستويات الوظيفية المختلفة التشغيلية والإدارية والتنفيذية (زحلان، 2010، ص84).

وقد أصبح استخدام التكنولوجيا في الحصول على المعلومة ونقلها، من أهم الوظائف التي تمكن المنظمات من مواكبة التطور والتقدم في المجالات كافة، وذلك لأثرها الواضح في توفير الوقت والجهد والمال، سواء أكان ذلك في مجال الحصول على المعلومات أو نقلها أو حفظها (العاني وجواد، 2008، ص280).

وفي أواخر القرن العشرين تمت الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال تطوير عدد كبير من البرمجيات والتطبيقات في مجال الإحصاء والإدارة والمحاسبة والرقابة، وكذلك في مجالات التخطيط والإنتاج والتصميم والمشتريات، الأمر الذي أدى إلى تحسن ملحوظ في إدارة المنظمات من خلال توفير طرق جديدة للتعامل والتفاعل الالكتروني. وأضحت تحل تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر محل الإنسان في كثير من القطاعات، فقد حلت محل الكثير من المديرين في البنوك، أو الموظفين مهنيا التي أثبتت مهارة في إدارة الآلات والإنتاج بمستويات عالية من الجودة (السلمي والدباغ، 2011، ص362).

ويشير (غنيم، 2004، ص43) يضاف أن للرقابة الإلكترونية أهمية سواء بالنسبة للمنظمات أو على المستوى القومي، وتكمن أهمية الرقابة الإلكترونية فيما يأتي:

1- انخفاض تكاليف الإنتاج وزيادة ربحية المنظمة.

2- تحسين مستوى أداء المنظمات.

3- تلافي مخاطر التعامل الورقي.

4- اتساع نطاق الأسواق التي تتعامل فيها المنظمة.

5- إيجاد فرص جديدة للعمل والاستفادة من الفرص المتاحة في التكنولوجيا المتقدمة.

ويرى الباحث أن أهمية تطبيق الرقابة الإلكترونية في كثير من المنظمات يحتم على اللحاق بركب التطور تجنباً لاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر السرعة والمعلوماتية، فلا يمكن لأي مجتمع إنساني معاصر أن يعيش كنظام مغلق دون مواكبة التطور الطبيعي للحياة الإنسانية بأبعادها المختلفة.

4-2 البنية التحتية للرقابة الإلكترونية

هناك العديد من التقنيات التي لا بد من توافرها على صورة بنية تحتية للرقابة الإلكترونية، أربعة عناصر متكاملة هي الشبكات Networks والبرمجيات Software والأجهزة اللازمة Hardware والموارد البشرية، وتقوم المنظمات باستخدام هذه العناصر بغرض تفعيل الرقابة الإلكترونية، وهناك خمسة فئات تشكل مهام معالجة المعلومات عند استخدام الرقابة الإلكترونية وهي كما يلي: (Haag, 2012, p: 35)

1- استقبال المعلومات (Capturing Information) وهي العملية التي يتم من خلالها الحصول على المعلومات من مصادرها (Haag, 2012, p: 35)

2- نقل المعلومات (Conveying Information) وهي عبارة عن العملية التي يتم بموجبها عرض المعلومات بالطرق الصحيحة وبشكل يسهل عملية استخدامها (Haag, 2012, p: 35).

3- توليد المعلومات (Creating information) وهي عملية معالجة المعلومات المتوافرة لدى المنظمة للحصول على معلومات جديدة (Haag, 2012, p: 35).

4- تخزين المعلومات (Cradling information) وهي عملية تخزين المعلومات ومن ثم استرجاعها واستخدامها في أوقات لاحقة (Haag, 2012, p: 35).

5- تبادل المعلومات (Communicating information) وهي العملية التي يتم من خلالها الاتصال بالأفراد أو الأماكن، أو المنظمات الأخرى من أجل إعطاء المعلومات أو الحصول عليها (Haag, 2012, p: 35).

ويشير (نوفل، 2003) إلى إن البنية التحتية لمنظومة الرقابة الإلكترونية، تتكون من تلاحم ستة عناصر هي أجهزة وبرامج الحاسب الآلي، شبكة الاتصال، العنصر البشري، الأنظمة والتشريعات، أنظمة الشركة، ثوابت الشركة.

ويرى البعض أن البنية التحتية لعملية الرقابة الإلكترونية تتضمن (الأجهزة والبرامج والمعلومات)، إضافة إلى أجهزة الحاسوب وأجهزة البرامج. ويرى آخرون أن تكنولوجيا المعلومات تضم المكونات المادية للحاسوب والبرمجيات وشبكات المعلومات والاتصالات والمعرفة الفنية والموارد البشرية (السالمي، 2011، ص21).

ويصف (Thompson, 2013, p: 6) البنية التحتية للرقابة الإلكترونية بأنها مجموعة من أجهزة الحاسوب وشبكات الاتصالات وقواعد البيانات وتطبيقات البرمجيات التي تمتلكها الشركات وتستخدمها لمراقبة الأعمال التي يؤديها العاملون، والتقاط وتخزين ومعالجة ونشر المضامين الرقمية.

ويضيف (Laudon & Laudon, 2006, p: 186) إلى ذلك الموارد التكنولوجية المشتركة التي تزود الأرضية لتطبيقات نظام المعلومات في الشركة، والتي تتكون من الأجهزة ونظم التشغيل والبرمجيات والشبكات والاتصالات والمستشارين وإدارة البيانات والتخزين والإنترنت. وتشمل البنية التحتية للرقابة الإلكترونية المستلزمات المادية والتي تشمل أجهزه الحاسوب وتقنيات الاتصالات، والبرمجيات، ومهارات الموارد البشرية، وشبكات الاتصال (تبادل المعلومات)،

ويود الباحث تقديم نبذة عن مكونات البنية التحتية للرقابة الإلكترونية وكما يلي:

أولا: أجهزه الحاسوب وتقنيات الاتصالات

وتسمى أيضا بالتجهيزات وتشمل الحواسيب الإلكترونية والأجزاء المادية والأجهزة الملحقة بها وأجهزة الفاكس والتلكس، والتي لها تماس مباشر مع البيانات وتحديث ومراجعة المعلومات المخزونة ومعالجتها واسترجاعه. وتشكل الأجهزة وخصوصاً الحاسوب وملحقاته أهم عناصر تكنولوجيا المعلومات، ويعد جهاز الحاسوب الدعامة الأساسية في تكنولوجيا المعلومات، بسبب الوظائف التي يؤديها في حفظ وتداول المعلومات.

تتعدد تعريفات الحواسيب وفقاً لتطورها فالحاسوب Computer هو جهاز الكتروني صممّ لاستقبال المجاميع الكبيرة من البيانات بشكل آلي وتخزينها ومعالجتها ومن ثم إمكانية تحويلها إلى نتائج ومعلومات مفيدة قابلة للاستخدام حسب الحاجة والطلب، وذلك بموجب إيعازات وتعليمات خاصة يطلق عليها اسم برامج أو برمجيات التشغيل (السامرائي، والزعبي، 2010، ص121).

ويشير البعض إلى أن الحاسوب هو جهاز الكتروني يستقبل مختلف أنواع البيانات عن طريق لوحة المفاتيح "Keyboard" أو المسح الإلكتروني "Scanning" أو أية وسيلة إدخال أخرى ثم يقوم بمعالجة مثل تلك البيانات، عن طريق تنفيذ جميع العمليات الحسابية والمنطقية آليا دون تدخل بشري في عملياتها, وفقا لمجموعة من التعليمات والأوامر الصادرة بشكل آلي (قنديلجي، والسامرائي، 2009، ص120).

ثانيا: البرمجيات (البرامج) "Software" :

تضم البرمجيات جميع أنواع البرامج اللازمة لتشغيل الأجهزة (Hardware) وتنظيمها، وهذه البرامج مسؤولة عن دعم وتشغيل كافة عمليات الحاسوب. أي أنها تمثل الجانب العملي

لتكنولوجيا المعلومات من خلال مساهمتها في حل المشاكل التي تواجه إدارة الشركة، وهي تستخدم تقنيات عديدة إضافة إلى الحواسيب لغرض خزن وجمع ومعالجة ونشر المعلومات التي حققت مساهمة فاعلة في أداء العمليات الرقابية، من حيث الخزن الهائل للمعلومات ومعالجتها من جهة وفي الاتصالات الإلكترونية وإدارة الملفات وحل مشاكل الطباعة التقليدية من جهة أخرى. وتعتبر البرمجيات الوسيلة التي تستخدمها الأجهزة والمعدات في أداء عملها، وهي مجموعة من الايعازات تنفذ في وحدة المعالجة المركزية للبيانات بالطريقة التي تضمن تحقيق أهداف المنظمة. وبطبيعة الحال تحتاج البرمجيات إلى إمكانيات فنية مؤهلة للعمل وتصميم الأنظمة وبرمجتها (عبد الطائي، 2011، ص148).

وعلى الرغم من تنوع البرمجيات بشكل كبير، إلا أن هناك تطبيقات متعددة يمكن من خلالها تحديد أنواع كثيرة من البرمجيات، وان التطبيق الأكثر شمولا هو الذي يشطر البرمجيات إلى نوعين رئيسيين هما برامج التشغيل والإدارة والبرامج الخدمية والإنتاجية. والبرمجيات هي مجموعة التعليمات التي تقوم بإرشاد الكمبيوتر إلى كيفية معالجة البيانات حسب الشكل المطلوب وتسيطر على العمليات Operations في نظام الحاسوب. أي أنها مجموعة مفصلة من التعليمات والأوامر المعدة من قبل الإنسان (المبرمج) التي تعمل على توجيه المكونات المادية للحاسوب للعمل بطريقة معينة بغرض الحصول على نتائج محددة (قنديلجي، والسامرائي، 2009، ص60).

ثالثا: مهارات الموارد البشرية:

تتمثل المهارات البشرية بمجموعة من المهارات والمعارف لانجاز مهام الرقابة الإلكترونية، ويعد المورد البشري من أهم مكونات تكنولوجيا المعلومات إذ يمكن وصفة بحالة تراكم ضمني

للمعرفة في أذهان العاملين في المنظمة، فهو المسؤول عن سيطرة وإدارة وتشغيل المكونات الأخرى، وكذلك تنفيذ عمليات جمع البيانات وتحليلها مما يكسبها أهمية كبرى في تنمية الموارد البشرية وبناء ما يسمى برأس المال الفكري القابل للتكيف مع الظروف والتكنولوجيا المتغيرة (حسين، 2010، ص329).

وتقسم هذه المهارات البشرية إلى قسمين هما: (السامرائي، والزعبي، 2010، ص56).

1- مجموعة فنيين نظم المعلومات الإدارية، وهم الفريق الذي يعمل ضمن دائرة نظم المعلومات الإدارية وحفظ وحماية قواعد البيانات.

2- فريق الدعم الفني، وهم الأفراد العاملون ضمن دائرة الحاسوب ويكونون مسؤولين عن صيانة وإدامة عمل الأجهزة والشبكات والنظم والبرمجيات، ومستخدمي نظم المعلومات الإدارية، وهم الأفراد المسئولون عن استخدام تطبيقات نظم المعلومات الإدارية.

وهناك من يعرف الأفراد بأنهم المورد الأساسي لتشغيل المكونات الأخرى والسيطرة عليها وتعتبر من أهم عناصر النظام حيث يقوم بتحليل المعلومات ووضع البرامج وإدارة نظم المعلومات. وتزداد أهمية المهارات البشرية بازدياد المعلومات المتوفرة لدى المنظمة في اتخاذ قرار معين، مما يتطلب منها الاهتمام بجانب مهم وكبير في كيفية تحويل هذه المعلومات الهائلة إلى معرفة وتحديد أماكن الاستفادة منها وتوقيتها، وهذا بدوره يتطلب أنظمة وتكنولوجيا معلومات متقدمة للأقسام والشعب كافة المكونة للمنظمة بشكل يسمح لها بالترابط المنطقي، الذي يقود إلى تكامل المنظمة كأنه نشاط واحد يؤديه فرد واحد (الوليد، 2009، ص119).

رابعا: الشبكات "Networks" :

وتعرف الشبكات بأنها اقتران أجهزة الحاسوب مع أدوات وأجهزة أخرى والتي تعمل على وصلها مع بعضها البعض، وذلك بهدف مشاركة الأجهزة والبرامج والبيانات، حيث أن هذا الاتصال يسهل الاتصالات الإلكترونية أيضا، وهناك من يعرفها أنها وسيلة ربط بين أجزاء تتعلق يبعضها تجمع بينها وظيفة مشتركة، وهي نظام قنوات أو خطوط تقوم بربط عدة نقاط يبعضها، وتسمى هذه النقاط بعقد أو "Nodes"، كعقد محطات شبكة القطارات، أو المدن المتصلة ببعضها بالطرق، مثل شبكة الهاتف (القاضي وبوزلطة، 2010، ص157).

وتتميز الشبكات بالعديد من المزايا منها: (القاضي وابوزلطة، 2010، ص161)

1- **مشاركة البيانات:** تسمح عملية مشاركة البيانات بتبادل المعلومات بين مستخدميها بشكل منظم وسريع.

2- **مشاركة الأجهزة:** تتيح عميلة مشاركة الأجهزة للمستخدمين إمكانية الاستفادة من الطرفيات الموجودة على الشبكة مثل الطابعات والماسحات الضوئية وأجهزة الفاكس وغيرها مما يوفر المال على الشركات من خلال شراء عدد أقل من التجهيزات وبنفس الوقت تقوم بتحسين قدرات عمل الموظفين ومستوى الخدمة.

3- **مشاركة التطبيقات:** توفر استخدام البرمجيات والتطبيقات التي تم تنصيبها على الخادم من قبل المستخدمين.

4- **الاتصالات:** تسهل على مستخدمي الشبكة أمور عدة حيث تسهل الحصول على كافة البيانات من مكان واحد وبذلك توفر الوقت والجهد وكل ذلك من خلال استخدام الرسائل الفورية والبريد الإلكتروني.

6- الأمن: إن أمن المعلومات على الشبكة أمر هام فالمستخدم يحتاج إلى حساب خاص للدخول إلى الشبكة فلا يسمح دخول أي شخص إلى الشبكة ما لم يقوم المستخدم بإدخال اسم الحساب وكلمة المرور الخاصة حتى يسمح له استخدام البيانات الخاصة بالمنظمات.

ويرى الباحث أن تنامي الأعمال الإلكترونية في قطاعات مختلفة أدى إلى إيجاد بنية تحتية الكترونية في المنظمات، حيث ظهرت الرقابة الإلكترونية كأسلوب متكامل لأتمتة الأعمال لغايات تدفق العمليات الكترونيا وتوثيقها وفق تطبيقات الكترونية ممنهجة.

2-5 مقومات وعناصر الرقابة الإلكترونية

يرى (عباس، 2009، ص214) أن نظام الرقابة الإلكترونية الفعال يجب أن يحتوي على العناصر (المقومات) الآتية:

1- خطة واضحة ومنطقية للوظائف التنظيمية التي تمثل الخطوط العريضة الواضحة لصلاحيات ومسؤوليات كل وحدة تنظيمية والعاملين فيها، مع ضرورة الفصل بين الوظائف المختلفة (التفويض والتخويل والتشغيل والتسجيل والاحتفاظ بالأصول والأموال).

2- وجود ممارسات إدارية سليمة تمكن من القيام بمهام ووظائف وواجبات كل وحدة إدارية وكل شخص داخلها بشكل فعال.

3- وجود نظام إداري ملائم للعمليات والأنشطة لتحديد العلاقات الإدارية مع وجود إجراءات واضحة ومعقولة لتسجيل النتائج المتعلقة بهذه العمليات والأنشطة.

4- وجود معايير واضحة لجودة الأداء بالنسبة لأعمال وإنجازات الموظفين على اختلاف مستوياتهم.

5- وجود الشخص المناسب في المكان المناسب، والذي يجب أن يتمتع بالمقدرة والأهلية والخبرة والتدريب الكافي للقيام بالإعمال المعهودة إليه بشكل مرضٍ.

6- وجود نظام تدقيق داخلي جيد مبني على أساس مهني فعال ومستقل بالنسبة للعمليات موضع التدقيق.

كما يشير (النجار، 2010، ص34) إلى إن الرقابة الإلكترونية إما أن تكون رقابة مانعة لتجنب الأخطاء والانحرافات (الإدارية والمالية والتنظيمية) أو تكون رقابة علاجية تصحح الأخطاء وتعالج الانحرافات، وتحتاج الرقابة إلى:

1- مجموعة من المعايير ومعدلات الأداء النمطية.

2- آليات لقياس الانحرافات والأخطاء.

3- قياس وحصر للأخطاء وتصنيفها وطرح أساليب التصويب والعلاج.

4- توفير آليات الثواب والعقاب لتجنب تكرار الأخطاء.

5- طرح ونشر النواحي المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة داخل المؤسسات.

ويرى الباحث أن الرقابة الإلكترونية هي بمثابة الأداة الإدارية التي يمكن الاعتماد عليها في تنظيم حركة سير الأمور في الشركات من خلال استخدام الحاسوب، حسب المسارات التي تحدد لها لبلوغ الأهداف المطلوبة، ولضمان تحقيق وبلوغ الأهداف من خلال المسارات التي تحددها الإدارة، برز مفهوم الرقابة الإلكترونية لدى المؤسسات، الذي يهتم بشكل رئيس بمدى التزام العمليات المعنية بآلية التنفيذ، وانطلاقا من إيمان الإدارات الحديثة بأهمية الخدمات التي تؤديها وظيفة الرقابة الإلكترونية، فقد أولته المؤسسات اهتماما بالغاً.

6-2 أنواع الرقابة الإلكترونية

هنالك تقسيمات متعددة للرقابة الإلكترونية، من حيث الجهة التي تتولى عملية الرقابة والمجال الذي تنصب عليه والتوقيت الذي تتم فيه، وتاليا شرحا لهذه الأنواع الثلاثة: (عباس، 2009، ص181-184)

أولا: الرقابة حسب الزمن الذي تمارس به:

حسب (عباس، 2009، ص182) فان هذا النوع يقسم إلى رقابة سابقة ومتزامنة ولاحقة:

1- الرقابة السابقة: ويسمى هذا النوع بالرقابة الأولية أو المبدئية أو الوقائية أو المانعة وهدفها منع وقوع المخالفات والخطأ.

2- الرقابة المتزامنة: ويسمى هذا النوع بالرقابة الجارية توصف بالغربلة لكونها توصف بنقاط تفتيش للتأكد من استمرار العملية والمرافقة لعملية التنفيذ والمسايرة لها أولا بأول.

3- الرقابة اللاحقة: ويسمى هذا النوع بالرقابة الكاشفة عن المخالفات التي وقعت بالفعل وتتم بعد الانتهاء من العمل وإتمام عملية التنفيذ للتأكد من مطابقتها لما هو مخطط وبالتالي تتيح إمكانية معرفة التجاوزات ليتم اتخاذ الإجراءات المناسبة بحق المخالفين.

ثانيا: الرقابة حسب الطريقة التي يتم بها التنفيذ:

وحسب (الشيخ وآخرون، 2009، ص257) فان الرقابة على هذا الأساس تقسم إلى رقابة مباشرة ورقابة غير مباشرة.

1-الرقابة المباشرة : ويتضمن هذا النوع من الرقابة المقابلات الشخصية التي تكون وجهاً لوجه للقيام بتوجيه العمليات، أو تتم من خلال زيارات يقوم بها المديرين أو رؤساء الأقسام من اجل

التعرف على المشكلات والعمل على إيجاد الحلول لها وبيان التحديات التي تواجه عملية التنفيذ في أقسام الشركة المختلفة.

2- الرقابة غير المباشرة: ويتم وفق هذا النوع من الرقابة استخدام التقارير والإحصاءات والأشكال المكتوبة لإتمام الرقابة على العمليات مثل الميزانية أو التقارير الدورية الشهرية التي ترسل إلى المديرين ورؤساء الأقسام.

ثالثا: الرقابة حسب المجال الذي تركز عليه

تقسم الرقابة على هذا الأساس إلى الرقابة المحاسبية والرقابة الإدارية.

1-الرقابة المحاسبية: هي الرقابة التي تهدف إلى التأكد من سلامة الوضع المالي وتتعلق برقابة الأداء المالي، وتهدف إلى المحافظة على الأموال وتسعى إلى رفع كفاءة استخدام الأموال وتحقيق درجة من الفاعلية، أي ترمي إلى تحقيق الأهداف المالية المخطط لها وذلك من خلال الاستعانة ببعض المقاييس المالية مثل العائد على الأصول والعائد على الاستثمار والعائد على حقوق الملكية (عثمان، 2012، ص55)

2- الرقابة الإدارية: وهذا النوع من الرقابة يتعلق بالنواحي الإدارية ويهتم بتحقيق الأهداف الإستراتيجية بعيدة المدى، وتهدف إلى التعرف على نواحي القصور والضعف في الأنظمة والقوانين المرتبطة بسير العمل في المنظمة، وهذا يتطلب تقييم مدى التقدم باتجاه تحقيق رسالة المنظمة وأهدافها (الشيخ وآخرون، 2009، ص257).

رابعا: الرقابة حسب الجهة التي تتولى القيام بالرقابة

تقسم الرقابة من حيث الجهة التي تتولى عمليه الرقابة إلى الداخلية والرقابة الخارجية:

1- الرقابة الداخلية: وهذا النوع من الرقابة يهتم بتحقيق الأهداف المحاسبية، وهي عملية تمارسها الإدارة في كافة المستويات بشكل مستمر وذلك من اجل التعرف على مستوى أداء العاملين ومعرفة مستويات الإنجاز، والتأكد أيضا من حسن سير عملية تنفيذ العمل وفقا للسياسات المحددة في الخطة (عباس، 2009، ص183).

2- الرقابة الخارجية: وهذا النوع من الرقابة تمارسه السلطة التشريعية التي يخضع لها أجهزة رقابة متخصصة تتبع السلطة التشريعية، مثل الرقابة التي تمارسها دواوين المحاسبة، والرقابة التي تمارسها الجهات القضائية عندما تنظر في الشكاوي الواردة بحق الموظفين (الشيخ وآخرون، 2009، ص257).

ويرى الباحث أن أنواع الرقابة تتنوع وتختلف باختلاف المعيار الذي يتم استخدامه في عملية التقسيم، وان كل معيار من هذه المعايير يهتم بتحقيق هدف معين في المنظمة، وذلك يخضع لطبيعة عمل المنظمة والفلسفة التي ترمي إلى تحقيقها ونوع الرسالة التي تحملها ووجدت من أجلها المنظمة.

2-7 مفهوم الميزة التنافسية

تسعى الشركات إلى تحقيق درجة تفوق على المنافسين، أو أن تتقاسم معهم الأسواق بدرجة كافية، تحقق لها قدرة على الاستمرارية في تحقيق عوائد مقبولة، وخلافاً لذلك فان الشركة التي لا تستطيع الحصول على حصة سوقية كافية ستواجه صعوبة في النمو والاستمرارية.

وقد حددت الميزة التنافسية على أنها، كيفية ممارسة الأعمال من قبل الشركة، كطريقة لتحقيق ميزة تنافسية عن طريق الاختيار الجيد بدلاً من الاختيار السيء، الذي يحدد موقفها المتميز عن الشركات الأخرى (Porter, 2008, P:29).

وبين كل من (Macmillan & Mahan, 2011, p: 81) أن الميزة التنافسية هي خاصية أو مجموعة خصائص أو عنصر تفوق الشركة وتنفرد بها، وتمكنها من الاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبيا نتيجة صعوبة محاكاتها، وتحقق تلك الفترة المنفعة له وتمكنه من التفوق على المنافسين فيما يقدمه من خدمات للعملاء.

عرفت الميزة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للشركة تقديم قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزه واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر المستفيدين من هذه الخدمات الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي، 2011، ص104).

ويشير (أبو بكر، 2006، ص13) إلى أن مفهوم الميزة التنافسية، يبيّن قدرة المنظمة على تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في وضع أفضل من وضع المنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، والميزة التنافسية يمكن تحقيقها من خلال الاستغلال الأفضل للموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية، بما فيها القدرات والكفاءات والمعرفة التي تمكنها من تنفيذ استراتيجيات التنافس.

كما عرفت الميزة التنافسية على أنها قدرة الشركة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز تنافسي أفضل بالنسبة للشركات المماثلة والعاملة في نفس النشاط (مصطفى، 2006، ص3).

ويرى البعض أن الشركة تمتلك الميزة التنافسية، عندما تكون قادرة على تطبيق العمليات الإنتاجية غير المطبقة في الشركات المنافسة، وتؤدي إلى تحقيق تفوق وأفضلية على المنافسين، وتحقيق قيمة للشركة المشابهة لها في النشاط (الطائي والخفاجي، 2009، ص155).

وقد اختلف الكتاب في كيفية تحقيق الميزة التنافسية، فمنهم من يقوك بان كسب الميزة التنافسية يتطلب من الشركة أن تدير أنشطة سلسلة القيمة كنظام بدلاً من تجميع أجزاء منفصلة، ويمكن إنجاز الميزة التنافسية عن طريق، إما إستراتيجية خفض التكلفة أو إستراتيجية التمايز، وبذلك يمكن للشركة إنجاز الميزة التنافسية من خلال اختيارها للأنشطة بقصد تقديم مزيج فريد من القيمة (Porter, 2008, P: 42).

وينظر كل من (Evans and Collier, 2007, p: 118) إلى الميزة التنافسية على أنها إعلان عن قدرة تفوق الشركة في مجالي التسويق والمالية فوق كل أولوياتها، وهي بدورها تتطلب فهم الإطار العام للشركة من خلال إن الإدارة العليا يَجب أن تُحددّ حَاجات، ورغَبات المستفيدين من خدمة الإتصالات المقدمة، وكيفية إيصالها إليهم عبر سلسلة تجهيز متطورة، وذلك من اجل مقابلة احتياجات العملاء في توصيلهِ وتَسليمهِ الخدمة في الوقت المناسب.

وبالتالي فإن اختيار الشركة لموقف تنافسي فريد، لم يعد كافياً لضمان تحقيق الميزة التنافسية، لأنَ هذا الموقف، يمكن أن يكون قابلاً للتقليد بإحدى طريقتين هما: (رشيد والجلاب، 2008، ص303)

1-ترتيب المنافس لمواجهة الأداء المميز من خلال إعادة موقفه، وتقليد أنشطة الشركة ذات الموقف الفريد.

2–أن يبقى المنافس على موقفه الحالي مع السعي إلى الحصول على ما يميّز الآخرين، فيبقى المنافس على أنشطته مع تقليد أنشطة الشركات ذات الموقف التنافسي الفريد.

وتتحقق الميزة التنافسية عندما يدرك العملاء ما يحصلون عليه من قيمة أعلى ممّا يحصلون عليه من منافسيهم، نتيجة تعاملهم مع الشركة، أو من خلال عرض منتج أو خدمة لا يستطيع المنافسون تقليدها أو عمل مثيل لها (أبو بكر، 2006، ص14).

وتعتمد الميزة التنافسية على ثلاث استراتيجيات هي إستراتيجية قيادة التكلفة وإستراتيجية التمايز وإستراتيجية التركيز، وتعدّ هذه الاستراتيجيات الثلاث طريقاً لتحقيق الميزة التنافسية أو زيادة الأرباح التي يمكن تحقيقها عن طريق زيادة الحصة السوقية أو دخول أسواق جديدة وتحقيق النوعية، وتشترك الاستراتيجيات الثلاث في تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف، إما زيادة الحصة السوقية وإما دخول أسواق جديدة وجذب عملاء جدد وتحقيق نوعية من خلال جودة المنتج (التكريتي، 2007، ص358).

ويرى الباحث أن إستراتيجية قيادة التكلفة، هي من الاستراتيجيات التي أجمع الباحثون على أنها واحدة من الاستراتيجيات التي تحقق الميزة التنافسية للشركة، وبالرغم من اختلاف أرائهم حول طرق تحقيق الميزة التنافسية، إلا أن إستراتيجية قيادة التكلفة، تعدَ من أهم وأكثر الاستراتيجيات المتبعة من قِبل الشركات، وتفسير ذلك أن إستراتيجيتي التمايز والتركيز تحتاجان إلى خبرات وإمكانات هائلة لا تتوفر لكثير من الشركات، وبخاصة الشركات التي تلجأ إلى التقليد، للتوفير في تكاليف البحث والتطوير المرتفعة.

8-2 استراتيجيات الميزة التنافسية

تُعدّ الميزة التنافسية هدفاً مهماً من أهداف الشركات التي تحقق من خلالها زيادة الحصة السوقية للشركة أو التفوق في الأداء، وتمكنها من الاستمرار في تحقيق الأرباح والسيطرة في الأسواق، ويمكن تحقيقها بإحدى الاستراتيجيات الثلاث الآتية: (التكريتي، 2007، ص353)

أولا: إستراتيجية قيادة التكلفة

عرفت إستراتيجية قيادة التكلفة على أنها مجموعة الأنشطة المصممة لإنتاج وتسليم السلع أو الخدمات بتكلفة أقل من تكلفة المنافسين، شريطة أن يكون مستوى النوعية مقبولاً من قبل العملاء، ويمكن تحقيق هذه الإستراتيجية من خلال ما يلي: (التكريتي، 2007، ص353)

1- اقتصاديات الحجم والميزة: تعني تحقيق قيادة التكلفة من خلال السياسات الوظيفية، عن طريق زيادة خبرة العاملين وتطوير مهاراتهم لتمكينهم من فرص زيادة كفاءة الإنجاز الذي يحقق خفض التكلفة.

2- التكامل العامودي: ويعتمد هذا النظام على الأساليب المتَبعة في عملية الشراء والإنتاج والتوزيع، والتي تتضمن إما حذف الأنشطة التي لا تضيف قيمة أو الالتزام بمستوى عالٍ من النوعية أو الالتزام بالتحسين المستمر أو التركيز على الأنشطة التي تضيف قيمة، مما يعود على الشركة بتخفيض التكاليف بشكل واضح (التكريتي، 2007، ص353).

3- أنظمة الإنتاج في الوقت المحدد: وتركز على الأنظمة المتبعة في عمليات الشراء والإنتاج والتوزيع (JIT) ويؤثر هذا النظام على تخفيض تكلفة الإنتاج وتحسين النوعية فيما يخص الشراء والتخزين والتهيئة للإنتاج (التكريتي، 2007، ص353).

4- الرقابة على التكلفة: يمكن من خلال ممارسة الرقابة على التكلفة، ومقارنة التكاليف الحقيقية مع التكاليف المعيارية، وتحديد الانحرافات وأسبابها، ومحاولة معالجتها تحقيق خفض التكلفة.

ثانيا: إستراتيجية التركيز

تعتمد هذه الإستراتيجية على اختيار مجال تنافسي محدد، وتركز على جزء معين من السوق، وتكييف أنشطتها فيه مع منع المنافسين الآخرين من التأثير على حصتها السوقية، وتنجز هذه الإستراتيجية من خلال إستراتيجية قيادة التكلفة المركزة أو إستراتيجية التمايز المركزة، وتتطلب إستراتيجية التركيز سوقاً محدداً أو مجالاً محدداً، ولكن جميع الباحثين قد أجمعوا على أنَ إستراتيجية قيادة التكلفة تُعدَ من الاستراتيجيات المستخدمة في تحقيق الميزة التنافسية في ظروف متعددة، والمصادر التي يمكن للمنظمة من خلالها بناء الميزة التنافسية حسب نوع الميزة هي على النحو التالي: (الطائي والخفاجي، 2009، ص158).

1- ميزة العلاقات العامة: وتشمل ولاء العملاء للعلامات التجارية وارتفاع تكلفة تحول العميل عن المنتج والعلاقات طويلة الأجل مع موردي سلسلة التزويد، واتفاقيات التحالف الإستراتيجية، والتنسيق والتعاون مع جهات سلسلة التوريد وقوة المفاوضة.

2- ميزات قانونية: وتشمل براءة الاختراع والعلامات التجارية والعقود ومنافعها ومزايا ضريبية ومناطق التجارة الحرة القانونية الحكومية ومعوقات التجارة العالمية وحصر الدور الحكومي.

3- ميزات تنظيمية: وتشمل توافر الموارد المالية وتحديث المعدات والآلات وفاعلية نظام المعلومات عن العملاء والمنافسين والثقافة والتصور والأهداف المشتركة وقوة السمعة التنفيذية.

4- ميزات الموارد البشرية: وتشمل الإدارة بالتفوق وقوة الثقافة التنظيمية واستثمارها بالعمل والتزام العاملين وتأهيلهم.

5- ميزات المنتج: وتشمل حقوق الملكية والعلامة التجارية ومنتجات ذات جودة عالية والتفوق بالنوعية أو الخصائص والبحث والتطوير والتفوق بتصور المنتج.

6- ميزات التسعير: وتشمل تكاليف إنتاج منخفضة، والوفورات الاقتصادية، وحجم الإنتاج المرتفع، وكبر حجم عمليات الشراء، وانخفاض تكاليف التوزيع، وقوة المفاوضة مع البائعين.

7- ميزات الترويج: وتشمل تصور المنظمة، وكبر حجم موازنة الترويج، وارتفاع قوة البيع، والإبداع، والخبرات التسويقية.

8- ميزة التوزيع: وتشمل كفاءة نظام التوزيع والمخزون الفوري وتكامل سلسلة التوريد والاستعداد للتجارة الإلكترونية.

ثالثا: إستراتيجية التمايز

تعتمد هذه الإستراتيجية على مجموعة من الأنشطة والأعمال التي تحقق إنجاز منتجات مميزة عن المنتجات المنافسة، وبخصائص استثنائية وتصميم رائد في الصناعة، كما أنها تفترض أن العميل مستعد لدفع سعر عالٍ مقابل الحصول على منتج مميز، كما أنها تحتاج إلى إمكانات هائلة وقدرات عالية ورأس مال ضخم، قد لا تتوافر لكثير من الشركات في الدول النامية إلا من خلال المشاركة مع شريك استراتيجي يوفر لها المطلوب (التكريتي، 2007، ص353).

رابعا: إستراتيجية التحالف

وتعني هذه الإستراتيجية الدخول في تكتلات تؤدي إلى التكامل العمودي والأفقي، من خلال عقد تحالفات مع منظمات أخرى لتحقيق أهداف محدودة، وتنفيذ مشاريع خارج الحدود الجغرافية للمنظمة مع شركات مشابهة لتعزيز الميزة التنافسية، كذلك التكامل مع موردي المواد

الأولية، والتكامل مع الوسطاء والمنافذ البيعية، واقتسام السلطة والمعرفة مع المنظمات الأخرى، لتحسين المركز التنافسي (السكارنة، 2005، ص103).

خامسا: إستراتيجية التنويع

وتعني هذه الإستراتيجية أن تقوم المؤسسة بإنتاج مجموعة متنوعة من المنتجات تختلف في الملامح والحجم والجودة والسعر، والهدف من وراء هذا الإجراء هو تقديم عدد من المنتجات للمستهلكين، وكذلك الاعتماد على موردين مستقلين لتزويد الشركة بالمواد الأولية ومدخلات الإنتاج، دون محاولة خدمة قطاعات سوقية مختلفة (Kotler & Keller, 2006, P:56)

سادسا: التسويق المباشر

ظهر مفهوم التسويق المباشر في عصر الإنترنت ما بين عام 1995 – 2000 ميلادية وتعمق هذا المفهوم في الألفية الجديدة، فبدأت الشركات العالمية المتخصصة في مختلف المجالات في التحول عن الأساليب القديمة، وأخذت تعتمد على أساليب وتقنيات التسويق المباشر كإستراتيجية في بناء وإقامة حوار وعلاقات مباشرة مع العملاء، فكان من ابرز نتائج ثورة المعلومات النظرة الشمولية للسياسات التقليدية التي كانت الشركات تتبعها في مجال البيع الشخصي، مما احدث تغيرات في أسلوب إدارة وتنظيم البيع الشخصي والوصول إلى العملاء من خلال الاتصال المباشر بواسطة قواعد البيانات ومواقع الشركات وأسلوب الحوار المباشر والبريد الإلكتروني للعملاء، فالحواسيب النقالة والهواتف الخلوية والإنترنت وشبكات المعلومات، أثرت بشكل كبير على كفاءة وفاعلية البائعين التي تغيرت في الألفية الجديدة (أل ربيعة، 2007، ص32).

ويرى الباحث أن الألفية الجديدة قد أثرت على فلسفة وأنشطة التسويق في بإحداث العديد من التحولات الحقيقية التي يمكن تلخيصها على النحو التالي:

1- ظهور التسويق المعكوس والذي نقل زمام المبادرة إلى أيدي العملاء.

2- ظهور التسويق الفضائي والذي حول العالم إلى قرية صغيرة وسوق واحد.

3- ظهور الشركات الافتراضية على شكل مواقع على الشبكة الإلكترونية (www) .

4- ظهور التسويق العلاقاتي أو التفاعلي والذي يركز على العلاقة مع العملاء في الأمد البعيد.

2-9 أبعاد الميزة التنافسية

يتركز الاهتمام في المنظمات على تعزيز الميزة التنافسية من خلال ما تقدمهُ من خدمات تحقق حاجات ورغبات المستفيدين من الخدمة، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها هؤلاء المستفيدين من تلك الخدمات. كما يتجه الاهتمام إلى تحويل هذه الحاجات إلى مجالات، أو قابليات مستهدفة تسمى أبعاد تنافسية. وتختار الشركة المعنية أبعاد الميزة التنافسية له عند تقديم خدماتها حتى تعمل على تعزيز الميزة التنافسية (Jay & Janet, 2012).

وفيما يلي الأبعاد المعتمدة في الدراسة الحالية هي:

أولا: الجودة:

يحظى موضوع الجودة في العصر الحديث باهتمام متزايد في أغلب المنظمات وفي كافة أنحاء العالم، خاصة بعد أن انتبهت هذه المنظمات لأهمية الجودة ومدى إسهامها في تقدم وتطور الأداء، والنظر إلى الجودة كسلاح تواجه به المنظمات التحديات الداخلية والخارجية، وأصبحت تشكل عاملا أساسيا لنجاح المنظمات لما لها من دور بين استغلال الموارد، وتحقيق موقع تنافسي في السوق.

تتمثل الجودة في درجة تلبية الصفات والخصائص الموجودة في خدمة الإتصالات والمطابقة لمتطلبات المستفيدين منها، وهي تمنح الخدمة جاذبية تنافسية إضافية وتكون مفيدة للمستفيدين من هذه الخدمة، وهي ترتبط بشكل كبير مع حاجاتهم ورغباتهم الحالية والمستقبلية (درويش، 2007، ص4).

ويدور مصطلح الجودة حول مفهومين كلاهما مرتبط بالآخر ارتباطا وثيقا، الأول يركز على خدمة الإتصالات المقدمة والثاني يركز على العملاء، ومن هنا جاءت وجهة نظر مختلفة تركز على أن معنى الجودة يجب النظر إليه من منظورين هما: وجهة نظر العملاء، ووجهة نظر مقدم خدمة الإتصالات. فالجودة من وجهة نظر المستفيد تعني جودة التصميم، والتي هي عبارة عن الخصائص والأبعاد المختلفة لجودة خدمة الإتصالات، وذات الأداء العالي ممثلة بخصائص هذه الخدمة والمحددة في مرحلة التصميم والهادفة إلى إقناع العملاء بالإضافة إلى السعر، إذ أن خدمة الإتصالات الجيدة إذا لم يكن مناسبا في سعرها فإنه لن يحقق المطلوب والغاية المرجوة من وراء الجودة. أما بالنسبة لخدمة الإتصالات فإن الجودة تعني جودة المطابقة والتي هي عبارة عن المطابقة للمواصفات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، بحيث تكون الخدمة قد قدمت طبقا للتصميم الموضوع سابقا، وكذلك الكلفة، فإن مقدم الخدمة يهمه أن تكون كلفة تقديم خدمة الإتصالات منخفضة؛ لأنه إذا كانت كلفة الخدمة عالية، فهذا يعني أن سعرها عالٍ وهذا بدوره لن يرضي العملاء لأنه لن يحقق القيمة المدركة، إذ أن القيمة المدركة عبارة عن مقارنة بين كلفة تقديم خدمة الإتصالات بالنسبة للعملاء، والمنفعة التي سوف يحصل عليها من خدمة الإتصالات المقدمة من شركات الاتصالات (Kotler & Keller, 2009, P: 161).

فالجودة بمعناها العام، تقديم خدمة اتصالات بمستوى عالٍ من الجودة المتميزة، تكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات المستفيدين بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم، وتحقيق الرضا والسعادة لديهم. ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لتقديم خدمة الإتصالات، وإيجاد صفة التميز فيهما (العقيلي، 2009، ص17).

ويشير كل من (Karahasanovic & Lonn, 2007, p: 2) إلى أن الجودة تعني المطابقة مع المواصفات والمتطلبات، والجودة العالية تعني في كل شيء؛ أي إن نظام خدمة الإتصالات يجب أن يُطور لتقليل المُعاب كي يكون تقديم خدمة الإتصالات مطابقاً للمواصفات الموضوعة مسبقاً وذا موثوقية عالية، فضلاً عن عدم وجود مجال لإعادة العمل أي إعادة فحص خدمات الإتصالات المقدمة.

وأورد (رسلان، 2007، ص3) بان الجودة هي جودة الشركة بهدف تحسين وتطوير العمليات والأداء، وتقليل التكاليف، والتحكم في الوقت، وتحقيق رغبات العملاء، ومتطلبات السوق، والعمل بروح الفريق، وتقوية الانتماء وهذه جميعها يمكن تلخيصها في نقطتين أساسيتين:

أ- المطابقة للمواصفات.

ب- إشباع وتحقيق متطلبات السوق أو كما يَختصرها عَالم الجَودة جوران Juran في المواءمة للاستخدام Fitness for Use.

كما تعني أن الجودة نظرة الأفراد المختلفة أو النظرة المختلفة لشركة الإتصالات مقابل التوقعات المختلفة للعملاء، حيث أن خصائص خدمة الإتصالات ستقابل رضا العملاء، وبالتالي يجب أن تكون خدمات الإتصالات ذات موثوقية وكفاءة وفاعلية كي تقابل الحاجات التي يطلبها العملاء (Atem and Yella, 2007, p: 14).

كذلك تُعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة لشركة الإتصالات، والتي تشير إلى أداء الأشياء والأعمال بصورة صحيحة لتقديم خدمات إتصالات تتلاءم مع احتياجات العملاء ورغباتهم (Slack, et. al, 2004, p: 45).

وتُسهم خدمات الإتصالات ذات الجودة العالية أيضا في تحسين سمُعَة شركة الإتصالات وتحقيق رضا العملاء، فضلاً عن انه يُمكن لشركة الإتصالات أن يفرض أسعاراً أعلى في حَالة تقديم خدمات إتصالات ذات جودة عالية لتلبية متطلبات العملاء (Evans and Collier, 2007, p: 12).

ويرى كل من (Krajewsky and Ritzman, 2013, p: 62) إن العملاء يرغبون بتلقي خدمات الإتصالات بالجودة التي تلبي الخصائص المطلوبة من قبلهم، وهي الخصائص التي يتوقعونها، فالشركات التي لا تقدم خدمات الإتصالات بجودة تلبي حاجات ورغبات العملاء، وتوقعاتهم لا تتمكن من البقاء والنجاح في سلوك المنافسة.

ويؤكد كل (Heizer and Render, 2011, p:36) على إن حصول شركات الإتصالات على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منه تحديد توقعات العملاء ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها.

ويرى الباحث أن بُعد الجودة يُعدّ من ركائز نجاح شركات الإتصالات من خلال تقديم خدمات الإتصالات بمواصفات تُحقق أو تفوق متطلبات الزبائن لإرضائهم، ومن ثم إسعادهم وهذا يُسهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة في السوق. وانه بالرغم من عدم وجود تعريف موحد متفق عليه إلا أن هذه التعريفات تشترك فيما بينها على أن الجودة هي عملية تتضمن:

1- تلبية احتياجات العملاء الحالية والمستقبلية.

2- أن الجودة مفهوم متجدد ودائم التغير وذلك لارتباطه بتلبية احتياجات العملاء.

3- مفهوم الجودة لا يقتصر على المنتجات بل يتعدى ليشمل الخدمات.

4- أن الجودة هي عملية تبدأ من العميل وتنتهي بالعميل.

ثانيا: الكلفة:

وتعني قدرة شركات الإتصالات على تقديم خدمات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها، مما يمكنها من تحقيق أرباح أعلى، فالتكلفة المنخفضة تهيئ فرص تقديم خدمة الإتصالات للمستفيدين منها بأسعار تنافسية. ويرتكز هذا البعد على اقل قدر من تكلفة مدخلات تقديم الخدمة مقارنة بالمنافسين، والتي تعني تحقيق تخفيض في التكاليف الكلية (Kotler and Keller, 2009, P:56).

ويرى كل من (Aquilano, et. al, 2006, p: 24) أن شركات الإتصالات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية اكبر كأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم خدماتها بكلفة أدنى من المنافسين لها.

إن أي شركة إتصالات عليها أن يُركز على بُعد الكلفة من اجل أن يجعل تكاليف تقديم خدماتها وتسويقها في حد أدنى من الشركات المنافسة لها. كذلك حقق الشركة ذلك من تملك التكنولوجيا الأفضل، وموارد مادية وبشرية ارخص، وكذلك استغلال أفضل للطاقات الإنتاجية، وكفاءة عمليات التسويق، وفعالية نظم تقديم خدمة الإتصالات، ونظم الصيانة، وكفاءة العمليات (Dilworth, 2006, p: 58).

كذلك فان إدارة العمليات في الشركات تسعى إلى تخفيض كلف تقديم خدمة الإتصالات مقارنة بالمنافسين، والوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لخدماتها في السوق (العزاوي، 2005، ص24).

وبالتالي فان الكلفة الأقل هي الهدف العملياتي الرئيسي لشركات الإتصالات التي تتنافس من خلال الكلفة، وحتى الشركات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير الكلفة، فإنها تسعى لتحقيق كلف منخفضة لخدمات الإتصالات التي تقوم بتقديمها للمستفيدين (Slack, et. al, 2004, p: 44).

كما يمكن للشركات تخفيض التكاليف من خلال الاستخدام الكفء للطاقة الإنتاجية المُتاحة لها، فضلاً عن التحسين المُستمر لجودة خدمات الإتصالات المقدمة والإبداع في تصميم الخدمات وتكنولوجيا العمليات، إذ يُعد ذلك أساسا مهما لخفض التكاليف، فضلاً عن مساعدة المديرين في دعم وإسناد إستراتيجية الشركة ليكون قائداً للسوق في مجال التكلفة (Evans and Collier, 2007, P: 124).

كما أن تخفيض سعر خدمات الإتصالات المقدمة من الشركة يُسهم في زيادة الطلب عليها، فضلاً عن انه قد يخفض من هامش الربح إذا لم تقدم الشركة خدماتها بتكاليف منخفضة (Krajewsky and Ritzman, 2013, p: 62).

ويؤكد البعض بان هناك جزءاً من السوق داخل كل صناعة يشتري بالتحديد على أساس الكلفة المنخفضة، وللتنافس في تلك الأسواق على الشركة أن تقدم خدماتها بأقل كلفة ممكنة، إلا أن ذلك لا يضمن دائماً الربحية والنجاح. وقد تفلس الشركة لعدم قدرتها على مواجهة المنافسة كما حدث لشركة (Kmart) التي أعلنت إفلاسها عام (2002) لعدم قدرتها على المنافسة أمام شركة

(Walmart) القائمة على الكلفة المنخفضة، ومن اجل بقائها في السوق عليها أن تمايز عرضها للزبائن بطريقة أخرى غير الكلفة المنخفضة (اللامي، 2008، ص21).

ويشير (خليل، 2013، ص113) إلى أن تحقيق تكلفة أقل بالمقارنة مع المنافسين يتطلب توافر عدة شروط هي:

1- وجود طلب مرن للسعر، فأي تخفيض في السعر مع المحافظة على الجودة يؤدي إلى زيادة الطلب على خدمات الإتصالات المقدمة من الشركة.

2- نوعية خدمات الإتصالات المقدمة.

3- عدم وجود طرق كثيرة لتمييز خدمات الإتصالات.

4- وجود أجهزة ومعدات ذات كفاءة عالية.

ويرى الباحث أن بُعد الكلفة يُعدّ من الركائز الأساسية في نجاح الشركة، وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام الشركات المُنافسة، ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لخدماتها، وان عدم اهتمام الشركة بتخفيض كلفه قد يكون السبب في تدهورها وانسحابها من الأسواق القائمة.

ثالثا: الإبداع:

يتمثل الإبداع في إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، ويتم من خلاله التوصل إلى حل لمشكلة ما، أو إلى فكرة جديدة وتطبيقها، وهو يرتبط بالتكنولوجيا ويؤثر في الشركات. ويمثل الإبداع إحدى الضرورات الأساسية في إدارة الأعمال والمنظمات بشكل عام ومنها شركات الإتصالات بشكل خاص، والتي انعكست على تصاعد الحاجات والطموحات، فلم يعد كافيا أو حتى مرضيا أداء العمليات في الشركات على اختلاف أنواعها بالطرق الروتينية

التقليدية؛ لأن الاستمرار بها يؤدي إلى التوقف، وهو بالتالي تراجع عن الركب السريع في المضي إلى الأمام أو الفشل (Jay and Janet, 2012).

ويعرف (Lynch, 2010, p: 502) الإبداع بأنه أفكار تتصف بكونها جديدة ومفيدة ومتصلة بحل المشكلات، أو تطوير أساليب أو أهداف أو تعميق رؤية، أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة في السلوكيات الإدارية في أشكال متميزة ومتطورة تدفع الشركة إلى الأمام، فالإبداع هو قدرة شركة الإتصالات على التوصل إلى ما هو جديد، وإضافة قيمة اكبر وأسرع، وتقديم خدمة أفضل من خدمات المنافسين، ويفترض توفير المتطلبات الآتية كضمانات لتعزيز الإبداع:

1- قيادة إدارية توفر الدعم المطلوب وتهيئ التصورات المستقبلية الواضحة لأهداف الشركة.

2- فرق عمل صغيرة الحجم متنوعة الاختصاصات مؤهلة لممارسة النشاطات الإبداعية.

3- شركة إتصالات قليلة المستويات غير بيروقراطية المنهج.

4- نظم منافسة داخلية بين أقسام شركة الإتصالات للاستفادة من المدى الواسع للأفكار.

ويشير (مصطفى، 2006، ص15) إلى أن تحقيق الميزة التنافسية في شركات الإتصالات يرتبط ببعدين أساسيين هما:

1-القيمة المدركة لدى العميل: بمعنى قيام الشركات باستغلال الإمكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل لخدمة الإتصالات التي تقدمها تلك الشركات، مما يساهم في بناء الميزة التنافسية لها، حيث يتضمن مفهوم القيمة بالإضافة إلى السعر والجودة، مدى الاقتناع بالخدمة.

2- التميز: يمكن تحقيق الميزة التنافسية أيضا من خلال عرض خدمة الإتصالات لا يستطيع المنافسون تقليدها أو عمل نسخة منها، كذلك التميز في مستوى الجودة، الإبداع التكنولوجي، وتحققها شركة الإتصالات من خلال التميز في نوعية خدمة الإتصالات وأساليب تقديمها، وإمكانية

الحصول عليها في أي مكان وفي أي وقت، والتميز في طريقة تقديمها، كما هناك عدة مصادر للوصول إلى التميز من أهمها الموارد المالية، ورأس المال الفكري، والإمكانيات التنظيمية.

ويرى الباحث، أن التزايد في عدد شركات الإتصالات والذي صاحبه تنافس كبير على المستوى الوطني والعالمي، أدى إلى تصاعد اهتمام الشركات بالإبداع والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في الأولويات التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة، وأصبحت هذه القدرة (القدرة على الإبداع) مصدرا متجددا للميزة التنافسية، فمن المعلوم أن الشركة وقدرتها على التنافس مرتبطا ارتباطا وثيقا بقدرتها على البحث والإبداع.

رابعا: سرعة الاستجابة

تتمثل سرعة الاستجابة في مدى قدرة شركات الإتصالات على الوفاء باحتياجات المستفيدين من خدماتها ومتطلباتهم وتسليم الخدمة لهم في الوقت المقرر. كما إن كفاءة الشركة تتحدد بمدى قدرتها على تقديم الخدمة في الوقت وبالدقة والسرعة التي يريدها المستفيدين من هذه الخدمات، والتي تتأثر بالعديد من المتغيرات التي يمكن التحكم بها على مستوى الشركة مثل: إدارة العمليات، والتوقيفات، ودوران العمل، ومعدلات الغياب بين العاملين، وأنظمة الرقابة (Krajewski, and Ritzman, 2013, p:27).

وبالتالي فان بعد سرعة الاستجابة واختصار الوقت يشيران إلى قدرة شركة الإتصالات على إرضاء العملاء من خلال حصولهم على الخدمات في الوقت المحدد وبحسب الجدولة الزمنية المعينة.

كذلك يُعد الوقت من المصادر الأساسية لتحقيق ميزة تنافسية للشركة، فالعملاء يرغبون بالاستجابة السريعة لطلباتهم، فضلاً عن فترات انتظار قصيرة، وان العديد من شركات الإتصالات تعرف اليوم كيف تستخدم الوقت كسلاح تنافسي من خلال تسليم الخدمات إلى المستفيدين منها بشكل أسرع وأفضل. كما أن تزايد أهمية الوقت العملاء أدت إلى زيادة المنافسة بين الشركات على أساس الوقت والتي غايتها السرعة في تقديم خدمات جديدة وسرعة الدخول في الأسواق (Evans and Collier, 2007, p: 126).

وهناك ثلاثة أسبقيات لبعد سرعة الاستجابة في شركات الإتصالات تتعامل بالوقت هي: (Krajewsky and Ritzman, 2005, p: 64)

1-سرعة التسليم: وتقاس هذهِ السرعة بالوقت المستغرق بين استلام طلبات العملاء، وتلبية الطلب والذي يسمى بوقت الانتظار، ومن الممكن زيادة سرعة التجهيز بتقليل وقت الانتظار.

2-التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات العملاء في الوقت المحدد لهم من قبل الشركة.

3-سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم خدمة جديدة، وتقاس سرعة التطوير بالوقت بين توليد الفكرة وحتى التصميم النهائي للخدمة، وتقديمها إلى السوق.

خامسا: الوقت اللازم للخدمة

يشير (مصطفى، 2006، ص15) إلى أن تحقيق ميزة تنافسية للشركة يكون على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح العملاء عند تقديم الخدمة، ويتم ذلك من خلال عدة عناصر أهمها:

1- التسليم السريع للخدمة الذي يشير إلى الوقت المستغرق بين استلام طلب العميل وتلبيته.

2- التسليم في الوقت المحدد.

3- سرعة التطوير الذي يشير إلى سرعة تقديم خدمة الإتصالات، وتتمثل بالوقت المستغرق بين نشوء الفكرة من خلال التصميم إلى تقديم الخدمة بشكلها النهائي، وبالتالي تخفيض زمن تقديم الخدمات الجديدة إلى الأسواق.

4- تخفيض زمن دورة تقديم خدمة الإتصالات، وبالتالي تخفيض كل من تكاليف تقديمها.

5- تخفيض زمن التحويل أو تغير العمليات لتقديم خدمة الإتصالات (مرونة التقديم).

6- الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع العملاء.

ويرى (Slack, et .al, 2004, p: 64) أن التسليم يعتبر بمثابة القاعدة الأساسية للمُنافسة بين شركات الإتصالات من خلال التركيز على خفض المدة الزمنية، والسرعة في تصميم خدمات إتصالات جديدة، وتقديمها إلى العملاء بأقصر وقت ممكن عندما تريد أداء العمل بسرعة؛ وهذا يعني تخفيض الوقت الذي يستغرقه عند استلام طلبات العملاء لخدمات الإتصالات، وتسليمهم تلك الخدمات بشكل نهائي.

ويرى الباحث أن سرعة الاستجابة في شركات الإتصالات والوقت اللازم للخدمة يعدان من أبعاد التنافس المُهمة بين شركات الإتصالات، ويُشير إلى تسليم الخدمات الإتصالات حسب الوقت المُحدد لهم من قبل الشركة، ويعبر هذا البعد عن قدرة العمليات على مواجهة طلبات العملاء، وتسَليمها لهم في الوقت المحدد، وهذا يُسهم في تَعزيز الميزة التنافسية للشركة في السوق.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3-1 طبيعة ونوع الدراسة

3-2 مجتمع الدراسة والعينة

3-3 أساليب جمع البيانات

3-4 أداة جمع البيانات

3-5 قياس المتغيرات

3-6 ثبات صدق القياس

3-7 حدود الدراسة

3-8 أساليب التحليل الإحصائي للبيانات

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3-1 طبيعة ونوع الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الميدانية والتي اتبع فيها الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، بهدف التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، وذلك من خلال دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية، ومن وجهة نظر المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية. إذ تم دراسة وتحليل البيانات ومقارنة متغيرات الدراسة من خلال تحويل المتغيرات غير الكمية إلى متغيرات كمية قابلة للقياس، وذلك بهدف التعامل معها في اختبار الفرضيات وبيان نتائج الدراسة وتوصياتها.

كما قام الباحث باستخدام الأسلوب الوصفي لوصف العوامل الديموغرافية للمديرين من خلال تحويل البيانات غير الكمية إلى متغيرات كمية قابلة للقياس، وتم إجراء هذه الدراسة في البيئة الفعلية التي يمارس فيها المديرين أعمالهم في شركات الاتصالات، وتم إجراء هذه الدراسة بدون فرض أية قيود أو ضوابط قد تتحكم في نتائجها، كما انه لم يجري أي نوع من التحكم بمتغيرات الدراسة وتوجهاتها البحثية، وبناءً على ذلك فان هذه الدراسة تعتبر دراسة ميدانية كون المعلومات التي تم الحصول عليها كانت مباشرة من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية، وهي دراسة تحليلية وصفية تم الاعتماد فيها بشكل كامل على المسح الميداني لمجتمع الدراسة من خلال عينتها، وذلك باستخدام استبانة تم

تصميمهما خصيصا لخدمة أغراض الدراسة وتوجهاتها، وبما يتناسب مع الفرضيات التي تم اعتمادها من قبل الباحث.

3-2 مجتمع الدراسة والعينة

يتكون من جميع الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في الأردن، وهي (شركة زين وأورانج وأمنيه)، ونظراً لكون مجتمع الدراسة صغير الحجم فقد شمات الدراسة كافة شركات الاتصالات وهي (3) شركات: (شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)، والشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة (زين)، وشركة أمنية للهواتف المتنقلة. ويبين الجدول (1) أدناه بعض من خصائص مجتمع الدراسة:

الجدول (3-1)

خصائص شركات الاتصالات الأردنية (مجتمع الدراسة)

البيان	زين	أورانج	أمنية
الموقع الالكتروني	www.jo.zain.com	.www.Orange.com	www.Umnia.com
سنة التأسيس	1995	1997	2005
عدد المشتركين (2014)/ مليون	3.880	3.500	2.600
نسبة الانتشار (2014)/ مليون	%39.0	%35.0	%26.0
الدخل السنوي (2014)	177مليون	167 مليون	86 مليون
عدد الموظفين	1054	1672	654
عدد المدراء في الإدارات العليا والوسطى (وحدة المعاينة)	**86**	**110**	**64**

أما وحدة المعاينة والتحليل للدراسة التي تم الاعتماد عليها في تعبئة الاستبانات فتتكون من جميع المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في هذه الشركات، حيث تم توزيع الاستبانات على (260) مديراً من هؤلاء المديرين وبطريقة المسح الشامل، وتم استرداد (189) إستبانة بنسبة (72.69%) من إجمالي عدد الاستبانات الموزعة، وبعد فرزها تم استبعاد خمسة منها لعدم اكتمال تعبئتها والعشوائية الواضحة أثناء التعبئة، وبذلك استقرت العينة على (184) إستبانة والتي تم توزيعها في الشركات المشمولة بالدراسة التي خضعت للتحليل وبنسبة (70.76%) من المجتمع الكلي، والجدول رقم (3-2) يبين الإطار العام لمجتمع الدراسة وتوزيع أفرادها ومجموع الاستبانات الموزعة والصالحة للتحليل الإحصائي والنسب المئوية من إجمالي عدد الاستبيانات الموزعة.

الجدول رقم (3-2)

عدد الاستبانات التي تم توزيعها والمسترجع منها والصالحة للتحليل

الشركة	عدد أفراد العينة	الاستبيانات الموزعة		الاستبيانات المستردة		الاستبيانات الصالحة للتحليل	
		العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
زين	**86**	86	%100	65	%75.58	62	%72.09
أورانج	**110**	110	%100	75	%68.18	74	%67.27
أمنية	**64**	64	%100	49	%76.56	48	%75.00
المجموع	**260**	**260**	**%100**	**189**	**%72.69**	**184**	**%70.76**

الجدول من إعداد الباحث بناءً على نسبة ردود الاستبانات

كما يود الباحث تقديم نبذة عن الشركات المبحوثة وكما يلي:

أولا: شركة أورانج

أصبحت مؤسسة الاتصالات السلكية واللاسلكية، شركة خاصة في يناير 1997، وتمت إعادة التسمية ب (شركة الاتصالات الأردنية). حيث إن 3 ٪ مملوكة من قبل الحكومة الأردنية، و10 ٪ من نور، و51 ٪ من شركة فرانس تيليكوم، و 29 ٪ من المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي، في حين أن 7 ٪ هي التعويم الحر. وفي منتصف 2007، تم تسمية مجموعة الاتصالات الأردنية و الشركات التابعة لها أورنج. وفي 17 أغسطس 2009 منحت هيئة تنظيم قطاع الاتصالات في الأردن أورانج الأردن رخصة الجيل الثالث G3. وقد دفعت مجموعة الاتصالات الأردنية 50 مليون دينار للرخصة. وتوفر مجموعة الاتصالات الأردنية خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية في الأردن. وتعمل الشركة في ثلاثة قطاعات : خطوط الاتصال الأرضية الثابتة، الاتصالات المتنقلة، وخدمات البيانات. وإدارة مرافق الاتصالات لتوفير شبكة معلومات وخدمات الوصول إلى الإنترنت. وتقدم الشركة خدمات متنوعة، والتي تشمل الهاتف الثابت وشبكات انترنت.

ثانيا: شركة زين

تأسست شركة الأردن خدمات الهواتف المتنقلة (زين) في أيلول / سبتمبر 1995 مع رخصة تشغيل سارية المفعول لمدة 15 عاما. زين ، ومنحت رخصة حصرية للجوال لفترة أربع سنوات حتى أكتوبر 1998. بحلول نهاية عام 2008، تم تغير اسم فأست لينك إلى زين التابعة لمجموعة زين ومقرها الكويت، التي تمتلك 96.5% من رأسمال الشركة. 3.5% يملكها مستثمرون من القطاع الخاص المحلي. وفي 18 مايو 2009، دخلت زين والاتصالات الفلسطينية

في اتفاق لsharefor – حيث تم تبادل حصة في شركة زين والتي سوف تأخذ حصة الأغلبية في شركة الاتصالات الفلسطينية.حيث تمت مبادلة ما مجموعه 58،57 ٪ من شركة الاتصالات الفلسطينية ب 100 ٪ من أسهم شركة بيلا للاستثمار ("بيلا")، الشركة القابضة لخدمات الهواتف المتنقلة الأردن (شركة "زين الأردن").

ثالثا: شركة أمنية

بدأت أمنية عملياتها في السوق الأردني في يونيو من عام 2005، وفي يونيو 2006،وقع السيد مايكل داغر الشريك والمدير في شركة أمنية، و رئيس مجلس إدارة بتلكو حسن علي جمعة لبيع وشراء حصة 96 ٪ في شركة أمنية للاتصالات المتنقلة (أمنية) بمبلغ 415 مليون دولار في سبتمبر 2009، تملكت شركة بتلكو البحرين 96 ٪ من شركة أمنية، في حين أن صندوق دعم الجامعات في الأردن 4% المتبقية. وأمنية تعتبر أحد مزودي خدمات الجوال بتقنية حي أس أم وخدمة الإنترنت.

3-3 أساليب جمع البيانات

تم الاعتماد على نوعين من مصادر البيانات هما:

3-3 -1 البيانات الثانوية:

وهي البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية ومن المراجعة الأدبية للدراسات السابقة من اجل وضع الأسس العلمية والإطار النظري لهذه الدراسة مثل:

1- كتب الإدارة والمواد العلمية وخاصة التي تبحث في موضوع الرقابة الإلكترونية والميزة التنافسية.

2- الإحصاءات الرسمية الصادرة عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات

3- رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه التي تبحث في الرقابة الإلكترونية والميزة التنافسية.

4- الدوريات المتخصصة والنشرات التي كتبت حول موضوع الرقابة الإلكترونية والميزة التنافسية.

5- المعلومات المتوافرة على الإنترنت.

3-3 -2 البيانات الأولية:

وهي تلك البيانات التي تم الحصول عليها من خلال إعداد استبانة خاصة لموضوع هذه الدراسة، حيث غطت كافة الجوانب التي تناولها الإطار النظري والتساؤلات والفرضيات التي استندت عليها الدراسة، حيث تم توزيع الاستبانات على عينة الدراسة من المديرين العاملين في الإدارات العليا في شركات الاتصالات الأردنية من خلال الباحث شخصيا.

3-4 أداة جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استبانة غطت جميع متغيرات الدراسة، وباستخدام عبارات تقييميه لتحديد إجابات عينة الدراسة وعلى مقياس ليكرت الخماسي ذي المستويات الخمس، (موافق جدا 5 علامات، موافق 4 علامات، محايد 3 علامات، غير موافق علامتان، غير موافق جدا علامة واحدة)، وذلك بعد قراءة موسعة للدراسات التي تناولت قياس متغيرات الدراسة، والإطلاع على بعض المراجع المتخصصة في هذا المجال، والموضحة في النموذج، وتم توزيعها على المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية. والملحق رقم (1) يبين نموذج الإستبانة كما تم توزيعه على المبحوثين.

3-5 قياس المتغيرات

قام الباحث باستخدام استبانة خطية مكونة من جزأن رئيسين هما:

1- الجزء الأول: وخصص للتعرف على العوامل الديموغرافية للمستجيبين من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية مثل (النوع الاجتماعي، العمر، سنوات الخبرة ، المؤهل العلمي).

2- الجزء الثاني: وخصص للعبارات التي غطت متغيرات الدراسة، والتي تمثلت في التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، وبالتطبيق على شركات الاتصالات الأردنية.

3- وفيما يتعلق بالحدود التي اعتمدتها هذه الدراسة عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات في نموذج الدراسة فهي ولتحديد درجة المقياس فقد حدد الباحث ثلاثة مستويات هي (منخفض، متوسط، مرتفع) بناء على المعادلة الآتية:

طول الفئة = (الحد الأعلى للبديل – الحد الأدنى للبديل)/ عدد المستويات

(5-1)/3 = 4/3 = 1.33. وبذلك تكون المستويات كالتالي:

المنخفض من (1)- أقل من (2.33).

المتوسط من (2.34) – (3.67).

المرتفع من (3.68) إلى (5).

3-6 إثبات صدق القياس

وللتأكد من قيام الباحث بقياس ما يجب قياسه والوصول إلى مستوى عالٍ من الصدق الداخلي في الدراسة، وللتعرف على قدرة الاستبانة من قياس متغيرات هذه الدراسة ولاختبار مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات والمعلومات، فقد قام الباحث بإخضاعها لعدة اختبارات هي:

1- **اختبار الصدق الظاهري:** تم عرض الاستبانة على هيئة خبراء متخصصين من أساتذة الجامعات الأردنية من ذوي الخبرة والاختصاص بعلم الإدارة، وادارة الأعمال، وتم عرضها على ذوي الخبرة والاختصاص وهيئة محكمين للحكم على مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات، ولتأكيد أن الباحث قام بقياس ما يجب قياسه والوصول إلى مستوى عالٍ من الصدق الداخلي في الدراسة، تم إرفاق تقرير وافي تضمن مشكلة الدراسة وأهدافها وبعد استرجاع الاستبانات قام الباحث بإجراء التعديلات المقترحة من المحكمين والأساتذة المختصين، وتم الأخذ بالمقترحات والتوصيات الواردة وجرى التعديل وفقا لأرائهم. والملحق رقم (2) يبين أسماء محكمي الإستبانة.

2- **اختبار الثبات:** استخدم الباحث معامل كرونباخ ألفا (Cronpach's Alpha) للاتساق الداخلي، وذلك بهدف اختبار مدى الاعتمادية على الاستبانة، وقد بلغت قيمة كرونباخ ألفا (83.0%)، وبهدف قياس مدى ثبات أداة القياس ولمعرفة مدى الاعتماد على نتائجها، تم استخراج معامل كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي لجميع مقاييس وفقرات الاستبانة، ويوضح الجدول رقم (3-3) معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة.

الجدول (3-3)

قيمة معامل الثبات (كرونباخ ألفا Cronpach's Alpha) للاتساق الداخلي للمتغيرات المستقلة والتابعة

تسلسل الفقرات	اسم المتغير	معامل الثبات كرونباخ ألفا%
1-43	**الرقابة الإلكترونية**	%70.1
44-65	**الميزة التنافسية**	%73.5
1-65	**المعدل العام للثبات**	**%83.0**

3-7 حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

1-الحدود المكانية: اقتصرت هذه الدراسة على شركات الاتصالات في المملكه الاردنيه الهاشمية.

2-الحدود البشرية: اختار الباحث عينة من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية، كونهم تتوفر لديهم المعرفة الكافية بمتغيرات الرقابة الإلكترونية على العاملين والميزة التنافسية.

3- الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة الواقعة ما بين شهر تشرين الثاني 2014 وحتى شهر ايار 2015.

3-8 أساليب التحليل الإحصائي للبيانات

بعد ان أنهى الباحث عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات هذه الدراسة تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي لاستخراج النتائج الإحصائية، حيث تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تم معالجة البيانات التي

تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية للعينة المبحوثة، وبالتحديد فان الباحث استخدم الأساليب الإحصائية التالية:

1- مقاييس النزعة المركزية: مثل الوسط الحسابي والتكرارات والنسب المئوية، وذلك لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة، وكذلك الانحراف المعياري لبيان مدى تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.

2- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) لإيجاد أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة على المتغير التابع وهو الميزة التنافسية.

3- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) وذلك من أجل اختبار فرضية الدراسة الثانية والمتعلقة بتأثير المتغير المستقل المتمثل بالرقابة الإلكترونية على العاملين في المتغير التابع وهو الميزة التنافسية.

4-اختبار كرونباخ ألفا: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

4-1 خصائص أفراد عينة الدراسة

4-2 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

4-3 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

4-1 خصائص أفراد عينة الدراسة

لقد تم اختيار مجموعة من المتغيرات الشخصية والوظيفية للمستجيبين من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية، مثل (النوع الاجتماعي، العمر، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي)، وذلك من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بهذه الفئة وتبين النتائج في الجداول الآتية خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية.

1- النوع الاجتماعي

يمكن تلخيص هذه النتائج التي تم التوصل إليها على النحو التالي:

الجدول (4-1)

توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

المتغير	الفئات	المديرين في الإدارات العليا والوسطى	
		التكرارات	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	136	%73.9
	أنثى	48	%26.1
	المجموع	**184**	**100%**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4-1) إن نسبة الذكور بلغت (73.9%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الإناث(26.1%) من عينة الدراسة، ويفسر تفوق نسبة الذكور على الإناث في المجتمع الأردني أن التنشئة الاجتماعية التي تتيح للذكور مجالا أوسع

للانخراط في المجتمع ودخول سوق العمل. كما أن هؤلاء المديرين والموظفين مطلوب منهم العمل ساعات طويلة، وهذا العمل قد لا تستطيع جميع الإناث القيام به بسبب الالتزامات الأسرية. إضافة إلى أن نسبة تولي الإناث لمراكز قيادية والمشاركة في إدارة الأعمال في الأردن ما تزال دون مستوى الطموح مقارنة مع الذكور بسبب هيمنة الذكور باعتبارهم الأوائل في ممارسة الأعمال. كما أن التقاليد الاجتماعية عند غالبية الشعب الأردني تتحفظ على عمل المرأة في الأماكن التي تتطلب وجودها اجتماعات كثيرة وعمل داخل وخارج الشركة.

2- العمر

الجدول (4-2)

توزيع عينة الدراسة حسب العمر

المتغير	**الفئات**	**المديرين في الإدارات العليا والوسطى**	
		التكرارات	**النسبة المئوية %**
العمر	30 سنة فأقل	18	%9.8
	31- أقل من 35 سنة	37	%20.1
	36- أقل من40 سنة	43	%23.4
	41 – أقل من 45 سنة	45	%24.5
	46 سنة فأكثر	41	%22.3
	المجموع	**184**	**100%**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4-2) إن أعمار النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة الدراسة يتركزون في الفئة التكرارية (41 – أقل من 45 سنة) وشكلوا ما نسبته (24.5%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم الفئة التكرارية (36- أقل من40 سنة) وشكلوا ما نسبته (23.4%)،

من إجمالي عينة الدراسة، ثم الفئة التكرارية (31– أقل من 35 سنة) وشكلوا ما نسبته (20.1%)، من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا الفئة التكرارية (30 سنة فأقل) وشكلوا ما نسبته (9.8%)، من إجمالي عينة الدراسة، ويفسر هذا التوزيع للعينة حسب العمر فإننا نلاحظ أن أغلبهم من المديرين المتقدمين بالعمر ولديهم باع طويل في العمل الإداري. وهذه الشركات تتطلب من شاغلي المراكز الإدارية العليا توافر خبرات سابقة وواسعة في شركات مماثلة لكي يتمكنوا من القيام بواجبات الوظيفة في هذه الشركات. بالإضافة إلى أن هذه الفئة العمرية هي المطلوبة لشركات الاتصالات العاملة في الأردن، حيث إنهم يديرون شركات رؤوس أموالها كبيرة، مما يتعين عليهم بأن يمتلكوا قدرا من النضوج العمري ويتحملوا المسئوليات الكبرى في إداراتهم لشركاتهم.

3– سنوات الخبرة

الجدول (4–3)

توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المتغير	الفئات	المديرين في الإدارات العليا والوسطى	
		التكرارات	النسبة المئوية %
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	42	%22.8
	5 سنوات – أقل من10 سنوات	41	%22.3
	10 سنوات – أقل من15 سنة	49	%26.6
	15 سنة فأكثر	52	%28.3
	المجموع	**184**	**100%**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4–3) إن خبرة النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة الدراسة يتركزون في الفئة التكرارية (15 سنة فأكثر)، وشكلوا ما نسبته 28.3% من إجمالي

عينة الدراسة، ثم الفئة التكرارية (10 سنوات – أقل من15 سنة) وشكلوا ما نسبته 26.6%، ثم الفئة التكرارية (أقل من 5 سنوات) وشكلوا ما نسبته 22.8%، وأخيراً الفئة التكرارية (5 سنوات – أقل من10 سنوات) وشكلوا ما نسبته 22.3%، ويفسر هذا التوزيع للعينة أن المستجيبين من عينة الدراسة يتمتعون بخبرة كافية للقيام بالأعمال الموكولة إليهم. كما إن ارتفاع نسبة المستجيبين الذين تزيد سنوات خبرتهم عن (15) سنة دليل على ارتفاع خبرتهم العملية، ذلك أن مثل هذه الشركات الكبيرة تتبنى استراتيجيات من أجل الاحتفاظ بالموارد البشرية التي تمتلك خبرات طويلة في مجال عملها والذي يضمن الاستقرار في عمل هذه الشركات وفي سياستها الداخلية والخارجية أيضا. كما أن وجود الترتيب والتوصيف الوظيفي داخل هذه الشركات والتي يحتم على هذه الفئة من الموظفين أن يكتسبوا خبرة طويلة للوصول إلى المناصب القيادية بعيدا عن المحسوبية والوساطة، لأن هذه الشركات هي خاصة وتهدف إلى الربح، وذلك يستوجب الاعتماد على هؤلاء الموظفين بعد اكتساب الخبرة الكافية في شركاتهم.

4- المؤهل العلمي

الجدول (4-4)

توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغير	الفئات	المديرين في الإدارات العليا والوسطى	
		التكرارات	النسبة المئوية %
المؤهل العلمي	دبلوم	9	%4.9
	بكالوريوس	149	%81.0
	ماجستير	22	%12.0
	دكتوراه	4	%2.2
	المجموع	**184**	**100%**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4-4) إن حملة الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس) هم الأكثر في عينة الدراسة حيث بلغت النسبة (81.0) في المائة من إجمالي حجم العينة المبحوثة، ثم حملة شهادة الماجستير وبلغت النسبة (12.0) في المائة من إجمالي حجم العينة المبحوثة، ثم حملة شهادة الدبلوم وبلغت النسبة (4.9) في المائة من إجمالي حجم العينة المبحوثة، وأخيراً حملة شهادة الدكتوراه وبلغت النسبة (2.2) في المائة من إجمالي حجم العينة المبحوثة، وبدراسة هذه الخاصية فإننا نلاحظ ارتفاع مستوى التحصيل العلمي لدى عينة الدراسة بسبب زيادة الاهتمام المتقدم للتعليم في الأردن. ويمكن القول إن ارتفاع مستوى التحصيل العلمي للمديرين في شركات الاتصالات أصبح مطلبا أساسياً، سيما وان العمل في هذه الشركات يتطلب الحصول على درجة علمية مناسبة واكتساب معارف تؤهل المعنيين للتعامل مع مختلف القضايا والحالات التي تواجه شركاتهم.

4-2 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

حاولت هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها في الفصل الأول من هذه الدراسة والتي مثلت مشكلتها والفرضيات التي بنيت عليها، وقد تم استخراج جميع المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأسئلة الخاصة بمتغيراتها، والجداول التالية تبين استجابات عينة الدراسة من المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية على الفقرات الخاصة بكل مجال من مجالات الدراسة. وكانت على النحو التالي:

أولا: النتائج المتعلقة بأبعاد المتغير المستقل: الرقابة الإلكترونية

في القسم الثاني من الاستبانة، تم التعرف على إجابات المديرين وفق مقياس ليكرت الخماسي القيم (Likert Scale) والذي يتكون من خمس قيم (موافق جدا 5، موافق 4، موافق إلى حد ما 3، غير موافق 2، غير موافق جدا 1). ويمكن تلخيص إجابات المديرين عن أسئلة الدراسة حول الرقابة الإلكترونية بمتغيراتها، (الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين، الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين، الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين، الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين، الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع، الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل) على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية من حيث (الجودة، الكلفة، الإبداع، سرعة الاستجابة، الوقت اللازم للخدمة). وكانت النتائج كما يلي:

1- النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
1	تتم الرقابة على تخزين ومعالجة بيانات العميل بمعايير أمان معقولة	3.717	.6907	7	مرتفع
2	تلتزم الشركة بتطبيق مستوى مناسب من الأنظمة والإجراءات القياسية	3.489	.7012	11	متوسط
3	تلتزم الشركة بضمان أمان وسرية بيانات العميل	3.831	.6349	3	مرتفع
4	تقوم الشركة بأخذ موافقة العميل على نقل بياناته ومعالجتها وتخزينها	3.684	.7528	9	مرتفع
5	يتم توفير المعلومات المطلوبة بطريقة فعالة في الوقت المناسب ولمن لديه الصلاحية	3.896	.5176	1	مرتفع
6	تتدفق المعلومات بين المستويات الإدارية المختلفة بسهولة وبمستوى عالي من الأمان	3.695	.7050	8	مرتفع
7	يتم الاحتفاظ بالنسخ الأصلية للملفات الهامة في أماكن أمنه	3.804	.6484	5	مرتفع
8	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على معرفة أنواع المعلومات التي تم الاطلاع عليها وأسماء العاملين الذين اطلعو على تلك المعلومات	3.837	.7721	2	مرتفع
9	تتوافر أنظمة و تعليمات صارمة في ما يخص امن المعلومات وسريتها	3.766	.7786	6	مرتفع
10	تستخدم الشركة نماذج ورقيه لتنظيم و حفظ المستندات الأصلية للرجوع إليها	3.815	.6682	4	مرتفع
11	يمكن الاطلاع على بيانات العملاء من قبل العاملين غير مشغلي البيانات	3.587	.7703	10	متوسط
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.744**	**.2677**	**مـــرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4-5) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين، والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.896) و(3.489). وقد جاءت فقرة " يتم توفير المعلومات

المطلوبة بطريقة فعالة في الوقت المناسب ولمن لديه الصلاحية " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.896) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.5176). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تلتزم الشركة بتطبيق مستوى مناسب من الأنظمة والإجراءات القياسية " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.489) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.7012).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.744) وبانحراف معياري (.2677).

2-النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
12	تتولى الإدارات متابعه يومية لضمان سير العمل المقدم للعملاء	3.489	.7012	4	متوسط
13	تعتمد الشركة على تكنولوجيا المعلومات المتطورة للرقابة على الخدمات المقدمة للعملاء	3.831	.6349	2	مرتفع
14	تتولى الإدارات مهام قياس إنجاز الخدمات إلكترونيا	3.684	.7528	3	مرتفع
15	تراعي الشركة مدى ملاءمة العاملين على استخدام معايير الجودة أثناء الأداء الفعلي للخدمة	3.896	.5176	1	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.724**	**.2857**		**مـــرتفع**

يُظهر الجدول رقم (4−6) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.896) و(3.489). وقد جاءت فقرة " تراعي الشركة مدى ملاءمة العاملين على استخدام معايير الجودة أثناء الأداء الفعلي للخدمة " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.896) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (5176.). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تتولى الإدارات متابعه يومية لضمان سير العمل المقدم للعملاء " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.489) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7012.).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.724) وبانحراف معياري (2857.).

3-النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
16	يتم التأكد من رفع التقارير الدورية بشأن أداء المبيعات إلى مدير المبيعات الرئيسي	3.695	.7050	7	مرتفع
17	يتم التأكد والتنسيق المستمر مع الموظفين المعنيين في المستودعات ومشرفين المبيعات حول تحميل أصناف الشركة المراد بيعها في الأسواق	3.804	.6484	4	مرتفع
18	يتم تحديد الأهداف الشهرية للمبيعات ولكل قناة من قنوات البيع ومتابعتها بشكل دائم	3.837	.7721	2	مرتفع
19	تستخدم الشركة برامج حاسوب متطورة لحساب كميات المبيعات الشهرية التي تم تحقيقها و المتبقي منها	3.771	.7767	5	مرتفع
20	يتم مراجعة عمليات البيع الكترونيا وبشكل دوري للتأكد من مطابقتها للأنظمة و التعليمات	3.815	.6682	3	مرتفع
21	تسهل عملية الرقابة الإلكترونية مراقبة عمليات البيع	3.706	.6861	8	مرتفع
22	تحفز الرقابة الإلكترونية العاملين على تحقيق الأهداف الشهرية للمبيعات	3.733	.6932	6	مرتفع
23	تحفز استخدام الرقابة الإلكترونية الموظف على تقديم خدمات ومنتجات إضافية للعميل	3.489	.7166	9	متوسط
24	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على التأكد من أن الموظفين يقومون بالجهد المطلوب لتحقيق الأهداف الشهرية	3.847	.6347	1	مرتفع
المجموع الإجمالي للدرجة الكلية		**3.771**	**.3035**	**مـــرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4–7) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.847) و(3.489). وقد جاءت فقرة " تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على التأكد من أن الموظفين يقومون بالجهد المطلوب لتحقيق الأهداف الشهرية " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.847) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (6347.). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تحفز استخدام الرقابة الإلكترونية الموظف على تقديم خدمات ومنتجات إضافية للعميل " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.489) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7166.).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.771) وبانحراف معياري (3035.).

4–النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
25	يتم التأكد والتنسيق المستمر مع العملاء ونقاط البيع والمعدات حول حل أي شكاوي لضمان رضا العملاء	3.728	.7625	6	مرتفع
26	هناك رقابة على عمليات إعداد عقود المبيعات والعروض ويتم التأكد من إعدادها وفقا لسياسات الشركة والموردين والقنوات المعتمدة لدى العميل	3.923	.5064	1	متوسط
27	هناك نظام متكامل للتقارير اليومية والشهرية والربع سنوية والسنوية	3.760	.7223	5	مرتفع
28	يتم التاكد من تطبيق الخطة السنوية للمبيعات المتوقعة والميزانية التقديرية السنوية لنقاط البيع	3.853	.6488	2	مرتفع
29	تستعمل الشركة معدات تكنولوجية متطورة تتلائم مع مستوى الخدمات المقدمة .	3.820	.7649	3	مرتفع
30	تتطلب الرقابة الإلكترونية من الشركة العمل على تطوير المعدات وصيانتها بشكل دوري	3.804	.8196	4	مرتفع
31	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة بالارتقاء بمستوى نقاط البيع لتحقيق رضا العملاء	3.690	.7939	7	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.796**	**.2691**	**مـــرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4-8) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.923) و(3.690). وقد جاءت فقرة " هناك رقابة على عمليات إعداد عقود المبيعات والعروض ويتم التأكد من إعدادها وفقا لسياسات الشركة والموردين

والقنوات المعتمدة لدى العميل " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.923) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.5064). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة بالارتقاء بمستوى نقاط البيع لتحقيق رضا العملاء" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.690) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.7939).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.796) وبانحراف معياري (.2691).

5-النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
32	تتولى الإدارات الرقابة على المواد والمستلزمات	3.429	.6818	7	متوسط
33	يتم العمل والتنسيق المستمر مع إدارة المشتريات حول أي تحديثات تتعلق بالأنشطة المتعلقة بعمليات خزن أصناف الشركة	3.826	.5933	2	مرتفع
34	تتولى الإدارات التأكد من تصفية المخزون والتأكد من المخزون الذي قارب على إنتهاء صلاحيته وتحديد طرق تسويقه	3.641	.7025	6	متوسط
35	تساعد الرقابة الإلكترونية على تحديد كميات المخزون المتوفرة في فروع الشركة و نقاط البيع التابعة لها	3.934	.4745	1	مرتفع
36	تساعد الرقابة الإلكترونية على تحديد مدة التخزين للبضائع المتوفرة في فروع الشركة و نقاط البيع التابعة لها وتجيزها للبيع حسب نظامي fifo وlifo لإدارة المخزون	3.684	.7079	5	مرتفع
37	تساهم تطبيق الرقابة الإلكترونية في تسهيل عمليات الجرد الدوري للمخزون	3.771	.6461	4	مرتفع
38	تساعد الرقابة الإلكترونية المدراء على التعرف على أنواع المخزون الأقل طلبا والأكثر طلبا من اجل تحديد طلبات الشراء المستقبلية	3.798	.7301	3	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.715**	**.2849**		**مـــرتفع**

يُظهر الجدول رقم (4-9) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.934) و(3.429). وقد جاءت فقرة " تساعد الرقابة الإلكترونية على تحديد كميات المخزون المتوفرة في فروع الشركة و نقاط البيع التابعة لها " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.934) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.4745). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تتولى الإدارات الرقابة على المواد والمستلزمات " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.429) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.6818).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.715) وبانحراف معياري (.2849).

6-النتائج المتعلقة بمتغير الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
39	يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات في ربط الوحدات الإنتاجية مع بعضها البعض	3.728	.6871	3	مرتفع
40	تطبيق الرقابة الإلكترونية سهل على الشركة عملية تقديم الحوافز	3.548	.7226	5	متوسط
41	تساعد الرقابة الإلكترونية مشرفي نقاط البيع على متابعة أوقات حضور و انصراف العاملين	3.847	.6347	1	مرتفع
42	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على معرفة عدد أيام الإجازات الممنوحة للعاملين والارصده المتبقية منها	3.722	.7712	4	مرتفع
43	تطبيق الرقابة الإلكترونية ساعد الشركة على معرفة عدد العملاء الذين تم خدمتهم من قبل كل موظف	3.807	.5301	2	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.712**	**.3713**		**مـــرتفع**

يُظهر الجدول رقم (4-10) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص متغير الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.847) و(3.548). وقد جاءت فقرة " تساعد الرقابة الإلكترونية مشرفي

نقاط البيع على متابعة أوقات حضور و انصراف العاملين " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.847) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.6347). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تطبيق الرقابة الإلكترونية سهل على الشركة عملية تقديم الحوافز " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.548) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.7226).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمتغير الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.712) وبانحراف معياري (.3713).

ثانيا: النتائج المتعلقة بمؤشرات المتغير التابع: الميزة التنافسية

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشرات المتغير التابع وهو الميزة التنافسية، وكانت النتائج كما يلي:

1-النتائج المتعلقة بمؤشر الجودة

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الجودة، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الجودة

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
44	تتبني الشركة سياسة واضحة للجودة	3.695	.7050	3	مرتفع
45	تطبق الشركة سياسة مُوثقة للجودة	3.831	.6349	2	مرتفع
46	تقدم الشركة خدمات مُطابقة للمواصفات القياسية العالمية	3.684	.7528	5	مرتفع
47	تعمل الشركة على تحقيق ميزة تنافسية عبر خدماتها	3.891	.5218	1	مرتفع
48	تنفرد الشركة بخدمات ذات جودة تتميز بها عن الشركات المنافسة	3.695	.7050	3	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.801**	**.4115**		**مرتفع**

يُظهر الجدول رقم (4-11) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص مؤشر الجودة والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.891) و(3.684). وقد جاءت فقرة " تعمل الشركة على تحقيق ميزة تنافسية عبر خدماتها " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.891) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ

(5218.). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تقدم الشركة خدمات مُطابقة للمواصفات القياسية العالمية " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.684) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7528.).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمؤشر الجودة قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.801) وبانحراف معياري (4115.).

2-النتائج المتعلقة بمؤشر الكلفة

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الكلفة، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الكلفة

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
49	تعمل الشركة على خفض التكاليف المباشرة باستمرار	3.782	.6414	2	مرتفع
50	تخفض الشركة من تكاليف عمليات الصيانة باستمرار	3.826	.7697	1	مرتفع
51	تعمل الشركة على خفض تكاليف الخدمات الإدارية	3.728	.7696	4	مرتفع
52	تسعى الشركة إلى خفض تكاليف الخدمات التشغيلية	3.755	.6611	3	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.768**	**.3471**	**مـــرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4-12) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص مؤشر الكلفة والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.826) و(3.728).

وقد جاءت فقرة " تخفض الشركة من تكاليف عمليات الصيانة باستمرار " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.826) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7697.). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تعمل الشركة على خفض تكاليف الخدمات الإدارية " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.728) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7696.).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمؤشر الكلفة قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.768) وبانحراف معياري (3471.).

3-النتائج المتعلقة بمؤشر الإبداع

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الإبداع، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الإبداع

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
53	تقدم الشركة خدمات جديدة لمحاكاة حاجات السوق المتغيرة	3.804	.6314	2	مرتفع
54	تقوم الشركة بالتعاون مع الخبرات الخارجية من اجل تقديم خدمات جديدة	3.684	.7455	4	مرتفع
55	تهتم الشركة بتطوير خدماتها اعتماداً على دراسات السوق	3.875	.5233	1	مرتفع
56	تقوم الشركة بتقديم حوافز مادية ومعنوية للمتميزين والمبدعين في تقديم الخدمات من العاملين	3.668	.6965	5	متوسط
57	تطبق الشركة أنظمة تساعد الإبداع والتنسيق بين أقسام الإنتاج والبحث لتطوير خدمات الشركة	3.793	.6365	3	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.763**	**.3162**		**مـــرتفع**

يُظهر الجدول رقم (4-13) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص مؤشر الإبداع والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.875) و(3.668). وقد جاءت فقرة " تهتم الشركة بتطوير خدماتها اعتماداً على دراسات السوق " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.875) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.5233). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تقوم الشركة بتقديم حوافز مادية ومعنوية للمتميزين والمبدعين في تقديم الخدمات من العاملين " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.668) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.6965).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمؤشر الإبداع قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.763) وبانحراف معياري (.3162).

4-النتائج المتعلقة بمؤشر سرعة الاستجابة

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر سرعة الاستجابة، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر سرعة الاستجابة

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
58	تزيد الصلاحيات الممنوحة لأقسام المشتريات من سرعة الاتصال مع الموردين	3.717	.7440	2	مرتفع
59	تهتم الشركة بتقديم خدماتها للزبائن في وقتٍ أسرع من المُنافسين	3.706	.6700	3	مرتفع
60	تطبق الشركة برامج وانظمه هدفها زيادة سرعة الاستجابة للطلبات المستجدة	3.600	.7682	4	متوسط
61	تهتم الشركة بالحصول على المستلزمات الضرورية في الوقت المطلوب	3.793	.6700	1	مرتفع
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.731**	**.3006**	**مرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4-14) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص مؤشر سرعة الاستجابة والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.793) و(3.600). وقد جاءت فقرة " تهتم الشركة بالحصول على المستلزمات الضرورية في الوقت المطلوب " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.793) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.6700). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تطبق الشركة برامج وانظمه هدفها زيادة سرعة الاستجابة للطلبات المستجدة " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.600) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (.7682).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمؤشر سرعة الاستجابة قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.731) وبانحراف معياري (3006.).

5-النتائج المتعلقة بمؤشر الوقت اللازم للخدمة

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الوقت اللازم للخدمة، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشر الوقت اللازم للخدمة

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الأهمية
62	الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمات إلى العملاء من أولويات الشركة	3.697	.7022	2	مرتفع
63	تساعد الأنظمة المتبعة على الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع العملاء	3.663	.7578	4	متوسط
64	تعتمد الشركة على برامج عمل تهدف إلى تخفيض زمن دورة تقديم الخدمة	3.788	.7041	1	مرتفع
65	تهتم الشركة بتخفيض عنصر الزمن لصالح العملاء عند تقديم الخدمة	3.665	.6579	3	متوسط
	المجموع الإجمالي للدرجة الكلية	**3.712**	**.2721**	**مرتفع**	

يُظهر الجدول رقم (4-15) إجابات أفراد عينة الدراسة عن الفقرات التي تخص مؤشر الوقت اللازم للخدمة والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بها، قد تراوحت ما بين (3.788) و(3.663). وقد جاءت فقرة " تعتمد الشركة على برامج عمل تهدف إلى تخفيض زمن دورة تقديم الخدمة " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.788) وهو أعلى من المتوسط الحسابي

العام، وانحراف معياري بلغ (7041.). وجاءت الفقرة التي تنص على أنه " تساعد الأنظمة المتبعة على الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع العملاء " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.663) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام، وانحراف معياري بلغ (7578.).

وتشير النتيجة العامة إلى أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بمؤشر الوقت اللازم للخدمة قد جاءت بمستوى مرتفع، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة في شركات الاتصالات الأردنية، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.712) وبانحراف معياري (2721.).

4-3 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

اختبار الفرضية الرئيسة:

وتنص هذه الفرضية على انه:

لا يوجد أثر للرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية، فقد قام الباحث باختبار تأثير الرقابة الإلكترونية بمتغيراتها مجتمعة في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية؛ وذلك باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression)، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول (4-16) ما يلي:

الجدول (4−16)

نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) لتأثير الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	F	B معامل الانحدار	df درجات الحرية	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية	.859	.737	82.77	.953	6	.000
					177	
					183	

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وقيمة F الجدولية 3.84.

يوضح الجدول رقم (4−16) أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذي دلالة إحصائية للرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة، كما بلغ معامل الارتباط R (.859) عند مستوى الدلالة (α =0.05)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (737.) أي أن ما قيمته (73.7%) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة الإلكترونية، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (26.3%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (0.953) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

أما فيما يتعلق باختبار الفرضيات المنبثقة عن هذه الفرضية، فإن الجداول التالية تبين النتائج التي تم التوصل إليها.

1-اختبار الفرضية الأولى:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4−17) هذه النتائج:

جدول رقم (4−17)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية	.837	.701	15.29	.574	0.000

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

يوضح الجدول رقم (4−17) أثر الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر

من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة، ويؤكد ذلك أن قيمة مستوى الدلالة (.Sig) بلغت (0.000)، كما بلغ معامل الارتباط R (.837) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (.701). أي أن ما قيمته (70.1 %) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (29.9 %) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (.574) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

2- اختبار الفرضية الثانية:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-18) هذه النتائج:

جدول رقم (4−18)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية	.628	.394	16.20	.403	0.000

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α ≤0.05) وقيمة T الجدولية1.671.

يوضح الجدول رقم (4−18) أثر الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، ويؤكد ذلك أن قيمة مستوى الدلالة (.Sig) بلغت (0.000)، كما بلغ معامل الارتباط R (.628) عند مستوى الدلالة (α ≤0.05)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (.394). أي أن ما قيمته (39.4 %) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (60.6%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (.403) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

3- اختبار الفرضية الثالثة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-19) هذه النتائج:

جدول رقم (4-19)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية	.546	.299	8.802	.330	0.000

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

يوضح الجدول رقم (4-19) أثر الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذو دلالة إحصائية

للرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، ويؤكد ذلك أن قيمة مستوى الدلالة (Sig.) بلغت (0.000)، كما بلغ معامل الارتباط R (.546) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (.299). أي أن ما قيمته (29.9 %) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (70.1%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (.330) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

4- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-20) هذه النتائج:

جدول رقم (4–20)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية	.016	.001	-.222	-.011	.825

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

يوضح الجدول رقم (4–20) أثر الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، ويؤكد ذلك أن قيمة مستوى الدلالة (.Sig) بلغت (.825)، كما بلغ معامل الارتباط R (.016) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (.001). أي أن ما قيمته (.001 %) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (99.9%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (-.011) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة سلبية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

5- اختبار الفرضية الخامسة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-21) هذه النتائج:

جدول رقم (4-21)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية	.289	.083	4.066	.186	0.000

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

يوضح الجدول رقم (4-21) أثر الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، ويؤكد ذلك أن قيمة

مستوى الدلالة (.Sig) بلغت (0.000)، كما بلغ معامل الارتباط R (.289) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (.083). أي أن ما قيمته (8.3 %) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل ، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (91.7%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (.186) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

6- اختبار الفرضية السادسة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية. ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة هذا الأثر، حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-22) هذه النتائج:

جدول رقم (4-22)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لأثر الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية

البيان	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	T	B	Sig مستوى الدلالة
أثر الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية	.265	.070	3.704	.131	0.000

* يكون الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وقيمة T الجدولية 1.671.

يوضح الجدول رقم (4-22) أثر الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، ويؤكد ذلك أن قيمة مستوى الدلالة (.Sig) بلغت (0.000)، كما بلغ معامل الارتباط R (.265) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أما معامل التحديد R2 فقد بلغ (.083). أي أن ما قيمته (.070%) من تحقيق الميزة التنافسية ناتج عن الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع، أما بالنسبة المتبقية والبالغة (93.0%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. كما بلغت قيمة درجة التأثير B (.131) إشارة إلى أن اتجاه العلاقة موجبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

5-1 النتائج

5-2 التوصيات

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

يمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة وفق ما تم التوصل إليه من خلال إجابات عينة الدراسة في الاستبانة بما يلي:

5-1 النتائج

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للرقابة الإلكترونية بمتغيراتها مجتمعة والمتمثلة بـ (الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين، الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين، الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين، الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين، الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع، الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل) على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية من حيث (الجودة، الكلفة، الإبداع، سرعة الاستجابة، الوقت اللازم للخدمة) وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة. أما فيما يتعلق بنتائج التحليل واختبار الفرضيات المنبثقة عن الفرضية الرئيسة، فانه يمكن تلخيص النتائج على النحو الأتي:

1- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن شركات الاتصالات الأردنية تقوم بتوفير المعلومات المطلوبة بطريقة فعالة في الوقت المناسب ولمن لديه الصلاحية، وذلك لان الرقابة

الإلكترونية تساعد على معرفة أنواع المعلومات التي تم الاطلاع عليها وأسماء العاملين الذين اطلعوا على تلك المعلومات، كذلك تبين أن الشركة تلتزم بضمان أمان وسرية بيانات العميل، وتستخدم أيضا نماذج ورقيه لتنظيم وحفظ المستندات الأصلية للرجوع إليها.

2- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن الشركات العاملة في قطاع الاتصالات الأردنية تراعي مدى ملاءمة العاملين على استخدام معايير الجودة أثناء الأداء الفعلي للخدمة، وهي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات المتطورة للرقابة على الخدمات المقدمة للعملاء، فضلا عن أن الإدارات تتولى مهام قياس إنجاز الخدمات إلكترونيا.

3- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن الرقابة الإلكترونية تساعد الشركة على التأكد من أن الموظفين يقومون بالجهد المطلوب لتحقيق الأهداف الشهرية، وانه يتم تحديد الأهداف الشهرية للمبيعات ولكل قناة من قنوات البيع ومتابعتها بشكل دائم، فضلا عن انه تبين أن عملية الرقابة الإلكترونية تسهل مراقبة عمليات البيع، وانه يتم التأكد والتنسيق المستمر مع الموظفين المعنيين في المستودعات ومشرفين المبيعات حول تحميل أصناف الشركة المراد بيعها في الأسواق.

4- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن قطاع الاتصالات الأردنية يقوم بالرقابة على

عمليات إعداد عقود المبيعات والعروض ويتم التأكد من إعدادها وفقا لسياسات الشركة والموردين والقنوات المعتمدة لدى العميل، وانه يتم التأكد من تطبيق الخطة السنوية للمبيعات المتوقعة والميزانية التقديرية السنوية لنقاط البيع، كذلك تبين أن الشركة تستعمل معدات تكنولوجية متطورة تتلائم مع مستوى الخدمات المقدمة وهي تعمل على تطويرها وصيانتها بشكل دوري.

5- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن الرقابة الإلكترونية تساعد على تحديد كميات المخزون المتوفرة في فروع الشركة ونقاط البيع التابعة لها، وانه يتم العمل والتنسيق المستمر مع إدارة المشتريات حول أي تحديثات تتعلق بالأنشطة المتعلقة بعمليات خزن أصناف الشركة، كذلك تبين أن الرقابة الإلكترونية تساعد المدراء على التعرف على أنواع المخزون الأقل طلبا والأكثر طلبا من اجل تحديد طلبات الشراء المستقبلية.

6- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العينة، وتبين أن قيم الوسط الحسابي لهذا المتغير كانت بمستوى مرتفع، وبينت النتائج أن الرقابة الإلكترونية تساعد مشرفي نقاط البيع على متابعة أوقات حضور وانصراف العاملين وعلى معرفة عدد العملاء الذين تم خدمتهم من قبل كل موظف، فضلا عن انه تبين انه يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات في ربط الوحدات الإنتاجية مع بعضها البعض.

5-2 التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يقدم الباحث مجموعة من التوصيات لشركات الاتصالات الأردنية، وهي على النحو الآتي:

1- التركيز على التدريب المتخصص للعاملين في مجال الرقابة الإلكترونية وتنظيم دورات تدريبية وبأساليب حديثة للمديرين والمراقبين ورؤساء الأقسام العاملين في الشركة الذين يتولون مهمة الرقابة الإلكترونية مع الاستمرار بمتابعة مدى تحقيق هذه الدورات لأهدافها.

2- التأكيد على أهمية الرقابة الإلكترونية على تخزين ومعالجة البيانات الخاصة بالعملاء بمعايير أمان معقولة وان يكون الاطلاع على بياناتهم من قبل العاملين مشغلي البيانات فقط.

3- العمل على تحفيز الموظفين على استخدام الرقابة الإلكترونية لكونها تسهم في تقديم خدمات إضافية للعملاء وتسهل مراقبة عمليات البيع.

4- ضرورة توفير المهارات المهنية والخبرات والأساليب الحديثة القادرة على مساعدة المديرين ورؤساء الأقسام العاملين في الشركة للقيام بمهام الرقابة الإلكترونية الموكلة إليهم.

5- التأكيد على أهمية عملية الرقابة الإلكترونية والتنسيق المستمر مع العملاء لكونها تساعد الشركة بالارتقاء بمستوى نقاط البيع والمعدات حول حل أي شكاوي لضمان رضا العملاء.

6- التركيز على استخدام الأساليب الإحصائية لاستخلاص المعلومات المتعلقة بتطبيق الرقابة الإلكترونية التي تساعد في تصحيح الانحرافات في مسار أنشطة الشركة.

7- زيادة الصلاحيات الممنوحة للإدارات في ممارسة الرقابة الإلكترونية، حتى تستطيع ممارسة دورها الرقابي في تصحيح الانحرافات السلبية، كونها تضع المدراء أمام مسؤولياتهم التي هي في النهاية تصب في مصلحة إدارتهم وتنعكس على الشركة.

8- العمل على إيجاد برامج توعيه وإرشاد للمديرين ورؤساء الأقسام العاملين في الشركة حول طبيعة عملهم الذي يتطلب فهم التعامل بطريقة مناسبة مع الإدارات الخاضعة للرقابة الإلكترونية.

9- ضرورة إتباع الأسلوب العلمي في تعيين الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة للقيام بالرقابة الإلكترونية وفقا للكفاءة والمؤهلات المطلوبة حتى يتم تقويم الأداء الأفضل والعمل على تدريبهم وتأهيلهم من فترة لأخرى.

10- إنشاء وحدة متخصصة تتركز مهمتها في الرقابة الإلكترونية على أداء الإدارات التابعة للشركة، وإدراجها كوحدة متميزة ضمن الهيكل التنظيمي.

11- توصية الباحثين بإجراء دراسات مشابهة للدراسة الحالية، بحيث يتم إدخال متغيرات أخرى. وكذلك إجراء دراسات مشابهة للدراسة الحالية بحيث يتم تعميمها على شركات الاتصالات في الاردن. وعلى قطاعات أخرى غير قطاع الاتصالات.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. أبو بكر، مصطفى محمود، "**الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**"، 2006، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية.
2. أبو جارور، سحر فالح، "**أثر العوامل الداخلية والخارجية على تطبيق الأعمال الإلكترونية لتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنية**". 2009، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا: عمان، الأردن.
3. أبو عاشور و اخرون،" **مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين**"، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد9، العدد2، 199-220. 2013.
4. ارتيمة، هاني جزاع، "**تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين أداء سلاسل التوريد**". 2009، أطروحة دكتوراه. كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا. عمان: جامعه عمان العربية.
5. أكاديمية الفيصل العالمية. المجموعة العربية للتعليم والتدريب."**أساسيات تكنولوجيا المعلومات**"، 2009، ط1، دار زمزم للنشر والتوزيع، عمان.
6. أكرم، إبراهيم، "**تقويم أداء الإدارات المالية في مؤسسات السلطة الفلسطينية: بحث تطبيقي على عدد من الوزارات الحكومية في قطاع غزة**"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول، المنعقد بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية في غزة خلال الفترة من 8-9 مايو 2005م، بعنوان الاستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة.

7. آل ربيعه، وائل حسين بدر، "**اثر استخدام الإنترنت على ترويج السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة**"، 2007، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

8. التكريتي، إسماعيل يحيى، "**محاسبة التكاليف المتقدمة قضايا معاصرة**"، الطبعة الأولى، 2007، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.

9. حسين، يسرى محمد، "**تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمات الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السرير)**"، الجامعة المستنصرية، مجله الإدارة والاقتصاد، المجلد 3، العدد 1. ص 329-353. 2010.

10. حماد، أكرم إبراهيم، "**الرقابة المالية في القطاع الحكومي**"، 2004، ط1، دار جهينة للنشر والتوزيع، عمان.

11. الخصاونه، ريم عقاب، "**دور التدقيق الالكتروني في تحقيق المزايا التنافسية ودعم إستراتجية التدقيق الخارجي في مكاتب تدقيق الحسابات في المملكة الأردنية الهاشمية**". دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني لكلية المال والأعمال، بعنوان: دور التميز والريادة في تفوق منظمات الأعمال، المنعقد خلال الفترة 21-22/ 5 /2013م في جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان – الأردن.

12. خليل، نبيل مرسي، "**الميزة التنافسية في مجال الأعمال**"، 2013، ط3، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر.

13. درويش، مروان جمعة،" **تحليل جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية في فلسطين**"، بحث المؤتمر العلمي الدولي الثالث، الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدا، الجزائر. 2007.

14. رسلان، يسرى عبد الحميد، "**المعايير الأكاديمية للجودة بكليات الآداب، النظرية والواقع تجربة آداب المنيا نموذجا،**" المؤتمر السادس لعمداء كليات الآداب في الجامعات العربية نحو ضمان جودة التعليم والاعتماد الأكاديمي، جامعة المينا، جمهورية مصر العربية. 2007

15. رشيد، صالح عبد الرضا وجلاب، إحسان دهش. "**الإدارة الإستراتيجية**"، 2008، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع. عمان.

16. زحلان، أنطوان، "**العرب وتحديات العلم والتقانة**"، 2010، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.

17. زياد، أمين عبد الغني، "**تقييم أنظمة الرقابة الداخلية في الجامعات الخاصة الأردنية**"، 2001، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أل البيت: المفرق، الأردن

18. السامرائي، إيمان، والزعبي، هيثم. "**نظم المعلومات الإدارية**"، 2010، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

19. السكارنة، بلال خلف، "**استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن**" (2004-2005)، 2005، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

20. السلمي، علي، والدباغ، رياض." **تقنيات المعلومات الإدارية**"، 2011، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

21. السلمي، علي، "**إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية**"، 2011، ط1، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة.

22. الشيخ، فؤاد، مخامرة، محسن، والدهان اميمة، "**المفاهيم الإدارية الحديثة**"، 2009، ط6، عمان مركز الكتب الأردني، عمان.

23. الشيشاني. عامر شرف الدين طيب، "**أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم (MobileCom)**". 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت: المفرق، الأردن.

24. الطائي، محمد عيد حسين والخفاجي، نعمة عباس خضير." **نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة التنافسية**"، 2009، دار الثقافة، عمان.

25. عباس، علي، "**أساسيات علم الإدارة**"، 2009، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.

26. عبد الرزاق، محمد عثمان، "**الرقابة الداخلية**"، 2012، الطبعة الثانية، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق.

27. عبد الطائي، محمد، "**نظم المعلومات الإدارية**". 2011، ط2، دار الكتب للطباعة والنشر والتوزيع. جامعة الموصل.

28. عبد القادر، محمد، "**الرقابة الإدارية ودورها في الأداء المؤسسي: نحو تطوير نموذج لتحسين الأداء**". 2004، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الإدارة، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

29. عبيدات، سماح أنور سالم، "**أثر الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية**"، 2014، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة البلقاء التطبيقية، السلط، الأردن.

30. عثمان، أسامة، "**المملكة العربية السعودية والكويت بين نموذجي المؤسسات العامة والشركات العامة**"، مجلة الإدارة العامة، العدد 61، الرياض، السعودية، ص55-69. 2012

31. العزاوي، سحر احمد كرجي، "**اثر التدريب في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري المستشفيات الحكومية في بغداد**"، 2005، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.

32. العقيلي، عمر وصفي، "**مدخل إلى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة**"، 2009، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

33. غنيم، أحمد بن علي، "**دور الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري ومعوقات استخدامها في مدارس التعليم العام للبنين بالمدينة المنورة**". المجلة التربوية، جامعة الكويت، المجلد 21، العدد 81. 2006

34. غنيم، أحمد بن علي، (2004). "**الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل**". 2004، ط2، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر.

35. القاضي، زياد وابوزلطة، محمد. "**المعلومات الإدارية والمحاسبية**". 2010، ط1، دار المجتمع العربي. عمان.

36. القضاة، غسان مصطفى، "**أثر نظم المعلومات المحاسبية على فاعلية الرقابة الداخلية في البنوك التجارية الأردنية**" : دراسة ميدانية، 2010، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد.

37. قنديلجي، عامر، والسامرائي، إيمان. "**تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**"، 2009، ط2، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.

38. الكساسبة، عماد علي سلامة، "**أثر الرقابة الإلكترونية في جودة الخدمات الداخلية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن**"، 2011، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

39. الكساسبة، وصفي، وعبده، هاني، "**دور الرقابة الإدارية في حماية شركات الأعمال في الأزمات المالية: حالة تطبيقية على الشركات المساهمة الأردنية**"، المؤتمر العلمي السابع "تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على منظمات الأعمال، التحديات، الفرص، الآفاق المنعقد في جامعة الزرقاء الخاصة خلال الفترة 3-5 نوفمبر 2009.

40. الكفراوي، عوف، "**الرقابة الإدارية: بين النظرية والتطبيق**"، 2010، ط1، مطبعة الانتصار، الإسكندرية.

41. اللامي، غسان قاسم، "**تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات**"، 2008، الطبعة الأولى، دار الثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

42. مصطفى، أحمد سيد، "**إعادة البناء كمدخل تنافسي**"، اختيار الإدارة، نشرة فصلية عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد (16)، أيلول. 2006.

43. النجار، فريد، " **إدارة الجامعات بالجودة الشاملة**"، 2010، ط2، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.

44. نجم، نجم عبود، "**الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات**". 2004، ط2، دار المريخ للنشر. الرياض.

45. نوفل، محمد حسن، "**الحكومة الإلكترونية بالمدينة العربية بين الطموحات والمحاذير**". ندوة الحكومة الإلكترونية: الواقع والتحديات. عمان: مسقط. 2003

46. الهزايمة، أديب محمد، "**أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة**". 2011، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

47. الوليد، بشار، "**نظام المعلومات الإدارية**". 2009، الطبعة الأولى، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

1. Alexandros, P. (2010)." **Exploring Hotel Internal Service Chains: A Theoretical Approach"**, International Journal of Management, Oxford Brookes University, Oxford, UK. Vo 2, No l, pp: 8-24.
2. Aquilano. Nicolas J. and Chase. Richard B. and Daves Mark M, (2006). **"Fundamentals of Operations 7th ed, Mc GRAW-Irwin, INC"**.
3. Atem. Tongwa Ivo and, Yella. Gilbert Ncheh, (2007). "**Continues Quality Improvement: Implementation and Sensibility".**
4. Baccasam, V.P. (2013),**"Continuous Monitoring of Application Risk "**, Journal of Accountancy, Vol, 6. No, 2, P: 42-59.
5. Dan Guy, M. (2013), "**Controlling Harcourt Brace & Company, New York"**.
6. David R. C., Mary C., and Gary W. Ad., (2006), "**Adding Significant Value with Controls"**, the CPA Journal. Vol. 7 No. 4, pp: 260-281.
7. Dilworth. James, B. (2006). Production and Operations Management:".4nd ed, Mc GRAW- Hill: New York.
8. Druker, P. F, (2005), Management: "**Tasks Responsibilities, Practiceط**, Harper Colophon Books New York.
9. Edwards, D; Kusel, J. & Oxner, T. (2011), "**Internal Control in the Banking Industry Bank Accounting & Finance, Euro Money Publications"** PLC. Vol, 15 Issue 1. PP: 4-63.
10. Evans. And Collier, (2007). "**Operation Management an Integrated Goods and Services, Approach"**, Thomson, South, western, U.S.A international, student edition, www.swlearing.com.
11. Haag S. Cummings, (2002**): "Management Information System for the Information Age"**. Boston. McGraw-Hill.

12.Heizer. Jay and Render. Barry (2011). "**Principles of Operations Management"**. Prentice Hall: New Jersey, U.S.A.

13.Jay .Wearawardena and Janet R. Mccoll-kennedy, (2012).”**New Service Development and Competitive Advantage: A Conceptual Model"**, Australian Marketing Journal, Vol. 10, No, 1.

14.Jones, G. R. (2004)," **Organizational Theory"**, 4th ed. Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.

15.Karahasanovic. Ermin, and Lonn. Henrik, (2007)." **Selecting the Best Strategy to Improve Quality, Keeping in View the Cost and Other Aspects Valj den Basta Strategic for Battra Kvaliten med Hansyn till Kostnader och Andra as Pekter"**, Department of Terotechnology, School of Technology and Design.

16.Kotler, P. and Keller, K. L, (2006). "**Marketing Management"**. New Jersey. Pearson: Prentice Hall.

17.Kotler, P. and Keller. K.L, (2009)," **Marketing Management"**, New Jersey. Pearson: Prentice Hall.

18.Krajewski, Lee, J. & Ritzman. Larry, P. (2013), "**Operation Management: Strategy and Analysis, Wesley Publishing Com USA"**.

19.Laudon. K.C. & Laudon. J.P. (2006), "**Management Information Systems- Managing The Digital Firm**”, 8th, Pearson International Firm.

20.Lynch. R. (2010). "**Corporate Strategy"**, New Jersey: Prentice Hall, USA.

21.Macmillan. H. & Mahan. T. (2011). :**Strategic Management"**, Oxford University Published, USA.

22. Mendes, M.; Suomi, R. and Passos, C. (2004)," **Digital Communities in a Networked Society: E-Commerce, E-Business, and E-Government"**. Kluwer Academic Publishers, New York, USA.
23. Parker, X. L, (2011), "**An E-Risk Primer"** (Altamonte Springs, FL: The Institute of Internal Auditors Research Foundation, vol. 67, pp 783-801, www.ifac.com.
24. Porter, M. E, (2008), "**The Competitive Advantage of Nations"**, Macmlian press Ldt, London.
25. Semiu, Babatunde Adeyemi1, Ajape, Kayode Mohammed, Mathias Gboyega Ogundeji, Oladipupo, Muhrtala Tijani, (2014). "**Audit Technology Tools and Business Process Assurance: Assessment of Auditors' Perspective in Nigeria"**, Universal Journal of Industrial and Business Management , Vol, 2, No, (4), p: 93-102.
26. Shariq, Mohammed, (2013)," **Factors Affecting E-Banking Usage in India: An Empirical Analysis** ", Economic insights trends and challenges, PP.17-25.
27. Simon, A. (2012), "**Controlling"**, Prentice Hall, New Jersey.
28. Slack. Nigel, Chambers. Stuart, Harland. Christine, Harrston. Alan and Johnston. Robert. (2004). "**Operations Management**".4nd ed, Prentice Hall: New York.
29. Thompson, R. (2013). "**Information Technology and Management"**, Boston: McGraw Hill.
30. Window, A. (2012("**Beyond Control Techniques"** "Journal of Accountancy, Vol. 19, No. 1, PP 1-25.

ملحق رقم (1)

استبانة الدراسة

الزميل الفاضل/الزميلة الفاضلة

تحية احترام وتقدير،،،

استبانة حول عنوان رسالة الماجستير والموسومة بـــــــــــ:

أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانيه على قطاع الاتصالات الأردنية، ولأهمية رأيكم حول موضوع الدراسة، يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة المرفقة علما بأنه سيتم التعامل مع هذه البيانات بسرية تامة ولإغراض البحث العلمي فقط.

وشكرا لتعاونكم

الباحث

القسم الأول: البيانات الشخصية

1- النوع الاجتماعي:

☐ ذكر ☐ أنثى

2- العمر:

☐ 30 سنة فأقل ☐ 31- أقل من 35 سنة

☐ 36- أقل من40 سنة ☐ 41 – أقل من 45 سنة

☐ 46 سنة فأكثر

3- سنوات الخبرة:

☐ 5 سنوات فاقل ☐ 5 سنوات – أقل من10 سنوات

☐ 10 سنوات – أقل من15 سنة ☐ 15 سنة فأكثر

4- المؤهل العلمي:

☐ دبلوم ☐ بكالوريوس

☐ ماجستير ☐ دكتوراه

القسم الثاني: يرجى قراءة العبارات التالية وبيان أثر الرقابة الإلكترونية على العاملين في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات الأردنية، وذلك بوضع إشارة (√) إزاء الجواب الذي تراه مناسبا.

المتغيرات المستقلة: الرقابة الإلكترونية

التسلسل	العبــارة	موافق جداً	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	غيرموافق جداً
الرقابة الإلكترونية						
	الرقابة على سرية المعلومات وبيانات العملاء المتاحة للعاملين					
1	تتم الرقابة على تخزين ومعالجة بيانات العميل بمعايير أمان معقولة					
2	تلتزم الشركة بتطبيق مستوى مناسب من الأنظمة والإجراءات القياسية					
3	تلتزم الشركة بضمان أمان وسرية بيانات العميل					
4	تقوم الشركة بأخذ موافقة العميل على نقل بياناته ومعالجتها وتخزينها					
5	يتم توفير المعلومات المطلوبة بطريقة فعالة في الوقت المناسب ولمن لديه الصلاحية					
6	تتدفق المعلومات بين المستويات الإدارية المختلفة بسهولة وبمستوى عالٍ من الأمان					
7	يتم الاحتفاظ بالنسخ الأصلية للملفات الهامة في أماكن أمنه					
8	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على معرفة أنواع المعلومات التي تم الاطلاع عليها وأسماء العاملين الذين اطلعو على تلك المعلومات					
9	تتوافر أنظمة و تعليمات صارمة في ما يخص امن المعلومات وسريتها					
10	تستخدم الشركة نماذج ورقيه لتنظيم وحفظ المستندات الأصلية للرجوع إليها					
11	يمكن الاطلاع على بيانات العملاء من قبل العاملين غير مشغلي البيانات					
	الرقابة على جودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل العاملين					
12	تتولى الإدارات متابعه يومية لضمان سير العمل المقدم للعملاء					

13	تعتمد الشركة على تكنولوجيا المعلومات المتطورة للرقابة على الخدمات المقدمة للعملاء					
14	تتولى الإدارات مهام قياس إنجاز الخدمات إلكترونيا					
15	تراعي الشركة مدى ملاءمة العاملين على استخدام معايير الجودة أثناء الأداء الفعلي للخدمة					
الرقابة على عمليات البيع والأهداف الشهرية المطلوبة من العاملين						
16	يتم التأكد من رفع التقارير الدورية بشأن أداء المبيعات إلى مدير المبيعات الرئيسي					
17	يتم التأكد والتنسيق المستمر مع الموظفين المعنيين في المستودعات ومشرفين المبيعات حول تحميل أصناف الشركة المراد بيعها في الأسواق					
18	يتم تحديد الأهداف الشهرية للمبيعات ولكل قناة من قنوات البيع ومتابعتها بشكل دائم					
19	تستخدم الشركة برامج حاسوب متطورة لحساب كميات المبيعات الشهرية التي تم تحقيقها و المتبقي منها					
20	يتم مراجعة عمليات البيع الكترونيا وبشكل دوري للتأكد من مطابقتها للأنظمة و التعليمات					
21	تسهل عملية الرقابة الإلكترونية مراقبة عمليات البيع					
22	تحفز الرقابة الإلكترونية العاملين على تحقيق الأهداف الشهرية للمبيعات					
23	تحفز استخدام الرقابة الإلكترونية الموظف على تقديم خدمات ومنتجات إضافية للعميل					
24	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على التأكد من أن الموظفين يقومون بالجهد المطلوب لتحقيق الأهداف الشهرية					
الرقابة على جاهزية نقاط البيع والمعدات المتوفرة فيها للعاملين						
25	يتم التأكد والتنسيق المستمر مع العملاء ونقاط البيع والمعدات حول حل أي شكاوي لضمان رضا العملاء					
26	هناك رقابة على عمليات إعداد عقود المبيعات والعروض ويتم التأكد من إعدادها وفقا لسياسات الشركة والموردين والقنوات المعتمدة لدى العميل					
27	هناك نظام متكامل للتقارير اليومية والشهرية والربع سنوية والسنوية					

					يتم التأكد من تطبيق الخطة السنوية للمبيعات المتوقعة والميزانية التقديرية السنوية لنقاط البيع	28
					تستعمل الشركة معدات تكنولوجية متطورة تتلائم مع مستوى الخدمات المقدمة .	29
					تتطلب الرقابة الإلكترونية من الشركة العمل على تطوير المعدات وصيانتها بشكل دوري	30
					تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة بالارتقاء بمستوى نقاط البيع لتحقيق رضا العملاء	31
الرقابة على المخزون المتوفر في نقاط البيع						
					تتولى الإدارات الرقابة على المواد والمستلزمات	32
					يتم العمل والتنسيق المستمر مع إدارة المشتريات حول أي تحديثات تتعلق بالأنشطة المتعلقة بعمليات خزن أصناف الشركة	33
					تتولى الإدارات التأكد من تصفية المخزون والتأكد من المخزون الذي قارب على إنتهاء صلاحيته وتحديد طرق تسويقه	34
					تساعد الرقابة الإلكترونية على تحديد كميات المخزون المتوفرة في فروع الشركة و نقاط البيع التابعة لها	35
					تساعد الرقابة الإلكترونية على تحديد مدة التخزين للبضائع المتوفرة في فروع الشركة و نقاط البيع التابعة لها وتجيزها للبيع حسب نظامي fifo و lifo لإدارة المخزون	36
					تساهم تطبيق الرقابة الإلكترونية في تسهيل عمليات الجرد الدوري للمخزون	37
					تساعد الرقابة الإلكترونية المدراء على التعرف على أنواع المخزون الأقل طلبا والأكثر طلبا من اجل تحديد طلبات الشراء المستقبلية	38
الرقابة على إنتاجية العاملين وساعات ومواعيد العمل						
					يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات في ربط الوحدات الإنتاجية مع بعضها البعض	39
					تطبيق الرقابة الإلكترونية سهل على الشركة عملية تقديم الحوافز	40
					تساعد الرقابة الإلكترونية مشرفي نقاط البيع على متابعة أوقات حضور	41

	و انصراف العاملين					
42	تساعد الرقابة الإلكترونية الشركة على معرفة عدد أيام الإجازات الممنوحة للعاملين والأرصدة المتبقية منها					
43	تطبيق الرقابة الإلكترونية ساعد الشركة على معرفة عدد العملاء الذين تم خدمتهم من قبل كل موظف					

المتغير التابع: الميزة التنافسية

التسلسل	العبـارة	موافق جداً	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	غيرموافق جداً
الميزة التنافسية						
	الجودة					
44	تتبني الشركة سياسة واضحة للجودة					
45	تطبق الشركة سياسة مُوثقة للجودة					
46	**تقدم الشركة خدمات مُطابقة للمواصفات القياسية العالمية**					
47	تعمل الشركة على تحقيق ميزة تنافسية عبر خدماتها					
48	تنفرد الشركة بخدمات ذات جودة تتميز بها عن الشركات المنافسة					
	الكلفة					
49	تعمل الشركة على خفض التكاليف المباشرة باستمرار					
50	تخفض الشركة من تكاليف عمليات الصيانة باستمرار					
51	تعمل الشركة على خفض تكاليف الخدمات الإدارية					
52	تسعى الشركة إلى خفض تكاليف الخدمات التشغيلية					
	الإبداع					
53	**تقدم الشركة خدمات جديدة لمحاكاة حاجات السوق المتغيرة**					
54	تقوم الشركة بالتعاون مع الخبرات الخارجية من اجل تقديم خدمات جديدة					
55	تهتم الشركة بتطوير خدماتها اعتماداً على دراسات السوق					
56	تقوم الشركة بتقديم حوافز مادية ومعنوية للمتميزين والمبدعين في تقديم					

	الخدمات من العاملين					
57	تطبق الشركة أنظمة تساعد الإبداع والتنسيق بين أقسام الإنتاج والبحث لتطوير خدمات الشركة					
سرعة الاستجابة						
58	تزيد الصلاحيات الممنوحة لأقسام المشتريات من سرعة الاتصال مع الموردين					
59	تهتم الشركة بتقديم خدماتها للزبائن في وقتٍ أسرع من المُنافسين					
60	تطبق الشركة برامج وانظمه هدفها زيادة سرعة الاستجابة للطلبات المستجدة					
61	تهتم الشركة بالحصول على المستلزمات الضرورية في الوقت المطلوب					
الوقت اللازم للخدمة						
62	الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمات إلى العملاء من أولويات الشركة					
63	تساعد الأنظمة المتبعة على الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع العملاء					
64	تعتمد الشركة على برامج عمل تهدف إلى تخفيض زمن دورة تقديم الخدمة					
65	تهتم الشركة بتخفيض عنصر الزمن لصالح العملاء عند تقديم الخدمة					

انتهت الاستبانة

شاكرا لكم تعاونكم

ملحق رقم (2)

أسماء الأساتذة محكمي استبانة الدراسة

ت	الاسم	التخصص الدقيق	الرتبة العلمية	الجامعة
1	**الدكتور/ باسم محمد اللوزي**	اقتصاد مالي	**أستاذ مشارك**	**جامعة البلقاء التطبيقيه/ كلية عمان**
2	**الدكتور/فراس سليمان الشلبي**	ادارة الاعمال / نظم معلومات ادارية	**أستاذ مشارك**	**جامعة البلقاء التطبيقيه/ كلية عمان**
3	**الدكتور / نسيم الطويسي**	ادارة الاعمال	**أستاذ مشارك**	**جامعة الحسين بن طلال**
4	**الدكتور/ محمد منصور أبو جليل**	ادارة الاعمال	**أستاذ مشارك**	**جامعة فيلادلفيا**
5	الدكتور/ مشهورهذلول المحارمة	إدارة الأعمال / نظم معلومات إدارية	**أستاذ مساعد**	**جامعة البلقاء التطبيقيه/ كلية عمان**
6	**الدكتوره/ دجانه " محمد قدري " النابلسي**	نظم معلومات حاسوبية	**أستاذ مساعد**	**جامعة البلقاء التطبيقيه**

Abstract

The Impact of E-Monitoring on Employees in Achieving Competitive Advantage
Field Study at Jordanian Telecommunication Sector

Prepared By Student:
Basman Mahmoud Omir

Supervised By Dr:
Mwafaq Mohamad Hamed Dandan
(Associate Professor)

This study aimed to identify the impact of E-monitoring on employees in achieving competitive advantage: A field study at Jordanian Telecommunication Sector, namely (Zain, Orange and Umniah. The study based on secondary data where a questionnaire was built for this purpose; in order to analyze the collected data a number of statistical descriptive and deductive methods were used. The study's main findings are:

- There is a significant effect for the E-Monitoring of confidential information and customer information available to employees in achieving competitive advantage.
- There is a significant effect of the E-Monitoring over the quality of services provided to customers by working to achieve competitive advantage.
- There is a significant effect for the E-Monitoring of sales and monthly goals required of employees in achieving competitive advantage.

- There is a weak significant effect for the E-Monitoring of the readiness of Points of sale equipment available to the workers in achieving competitive advantage.
- There is a significant effect of the E-Monitoring available at point of sale in achieving competitive advantage stock.
- There is a significant effect of the E-Monitoring on the productivity of workers and hours of work schedules to achieve competitive advantage.

In the light of the findings of the study, the researcher presented a number of recommendations, including: a focus on specialized training for employees in the field of electronic Monitoring and organize training courses and methods of modern managers, observers and department heads employees of the company in charge of the electronic control task while continuing to pursue the achievement of these courses to their goals.